www.netjen.com.br
ISSN 2595-8410

Terça-feira,
18 de agosto de 2026

Ano XXII - Nº 5.648

Empresas & Negócios

JEN

Votação popular do Prêmio eSports Brasil já está aberta

A votação popular do PEB (Prêmio eSports Brasil), maior celebração dos games e esportes eletrônicos da América Latina, já está aberta e os fãs de todo o país podem participar da escolha dos grandes destaques do cenário competitivo. A votação da primeira fase do Prêmio acontece até o dia 28 de agosto, por meio do site oficial da premiação, e irá ajudar a definir os indicados desse ano (https://www.peb.gg/).

FOMENTAR NEGÓCIOS

HOME SHOW FOCA NO B2B E PROMETE MUITOS NEGÓCIOS

Leia na página 8

IA corporativa e governança de dados: por que empresas estão criando seus próprios "ChatGPTs" internos

A inteligência artificial já deixou de ser uma promessa para se tornar parte da rotina de trabalho de milhares de pessoas.

Novas ferramentas surgem a cada dia, automatizando tarefas, ampliando produtividade e mudando a maneira como profissionais produzem, analisam informações e, até mesmo, como tomam decisões. Mas, junto com as oportunidades, chegam novas tensões.

De um lado, colaboradores veem na tecnologia uma aliada para reduzir sobrecarga, ganhar tempo e apoiar demandas cada vez mais complicadas. De outro, as empresas enfrentam preocupações sobre segurança da informação, vazamento de dados sensíveis e uso indiscriminado de plataformas populares em ambientes corporativos.

Esse dilema tem feito organizações refletirem de forma mais madura: não basta apenas adotar inteligência artificial, é preciso governar seu uso. E esse ainda é um desafio para grande parte do mercado. Segundo o The Adecco Group, apenas 10% das empresas do mundo são consideradas future-ready, ou seja, possuem planos concretos para a transformação causada pela IA. Ao mesmo tempo, 60% dos líderes esperam que seus profissionais desenvolvam novas habilidades relacionadas à tecnologia, mas 34% das empresas sequer possuem políticas para orientar o uso, ou seja, é muita intenção, mas pouca direção.

Quando olhamos para o Brasil, o cenário segue a mesma lógica. Em 2025, 67% das empresas consideravam a IA uma das cinco prioridades para o ano, mas 73% ainda não tinham equipes dedicadas ao desenvolvimento da tecnologia e apenas 23% haviam feito algum tipo de capacitação profissional para o uso, segundo pesquisa da Bain & Company.

Matheus-Bertelli_de_Pexels_CANVA

> Apenas 10% das empresas do mundo são consideradas future-ready, ou seja, possuem planos concretos para a transformação causada pela IA.

Esse distanciamento entre prioridade e preparação revela uma contradição: as empresas reconhecem o potencial estratégico da IA, mas ainda enfrentam desafios para adotá-la de forma estruturada, segura e escalável. É justamente para responder a essa falta de harmonia que surgem novos modelos de adoção. Em vez de liberar o uso de ferramentas abertas ou adiar a incorporação da tecnologia, muitas organizações vêm criando ambientes próprios ou homologados de inteligência artificial, os chamados "ChatGPTs corporativos", para combinar inovação com segurança e produtividade com governança.

Não se trata apenas de bloquear o uso de plataformas "públicas". Até porque, na prática, restringir aplicações em computadores corporativos não resolve um cenário em que a tecnologia está literalmente na palma da mão. A questão é estruturar um ambiente em que a IA possa ser usada com regras, contexto e com proteção.

Na AB Mauri, por exemplo, esse movimento se materializa na Ask Mauri, ferramenta interna de inteligência artificial desenvolvida para operar em ambiente controlado, com governança de dados, regras de acesso e aplicações voltadas ao dia a dia dos colaboradores, sendo de geração de conteúdo e análises a transcrição de reuniões e consultas a documentos internos. Esses avanços são maneiras de demonstrar o amadurecimento da organização frente a novidades e a era tecnológica.

Além disso, com iniciativas assim, a discussão sobre IA corporativa sai da experimentação para entrar na área da estratégia. Esse pode ser um dos pontos mais importante do negócio, onde o futuro da inteligência artificial nas empresas não fica nas ferramentas populares, mas na capacidade de integrar inovação, segurança e contexto usando algo próprio da organização.

E, mais do que acompanhar uma tendência tecnológica, movimentos como esse mostram que o diferencial não é apenas usar inteligência artificial, mas criar condições para que ela seja aplicada com segurança, propósito e responsabilidade para os funcionários. No fim, a discussão sobre IA nas empresas não é mais sobre aderir ou não à tecnologia, mas sobre capacitar, orientar e zelar pelo próprio negócio.

(Fonte: Eliane Yamashita, Head de TI da AB Mauri)

Negócios em Pauta

Créditos: Pedro Ivo

Ciências da aprendizagem

O Itaú Social está com inscrições abertas para a Escola Anual de Ciências da Aprendizagem, formação gratuita que reúne pesquisadores, docentes, estudantes de pós-graduação e profissionais da educação interessados em entender, com base em evidências científicas, como as pessoas aprendem. Organizado em parceria com o Transformative Learning Technologies Lab (TLT Lab), da Universidade de Columbia (EUA), o curso aborda temas como psicologia, educação, neurociência, ciência da computação e inteligência artificial, além de métodos de pesquisa e estudos nacionais e internacionais sobre aprendizagem. A segunda etapa será uma mentoria para dez cursistas, que receberão orientação para desenvolver propostas de pesquisa a serem submetidas à Conferência Internacional das Ciências da Aprendizagem, em junho de 2027, em Mumbai, na Índia. As inscrições vão até o dia 18 de agosto, na plataforma da Escola Fundação Itaú (https://fundacaoitau.org.br/escola/).

Leia a coluna completa na página 3

News@TI

AI/E-Copa 2026

Prefeitura de São Paulo realiza campeonato gratuito de jogos online

@A E-Copa 2026 vai até 19 de setembro com uma programação gratuita de competições de eSports, capacitação e mentoria. Realizada em quatro Centros Educacionais Unificados (CEUs) de São Paulo, a iniciativa terá a final na mesma data de encerramento. Promovida pela Prefeitura de São Paulo, por meio da Secretaria Municipal de Esportes e Lazer (SEME), em parceria com a Associação Paulistana de Recreação, Esportes e Lazer (Aprel), a quinta edição do projeto espera atender mais de 15 mil crianças e adolescentes e utiliza o universo dos jogos eletrônicos como ferramenta de acesso à tecnologia, desenvolvimento de habilidades e aproximação de jovens a novas oportunidades acadêmicas e profissionais. Em 2026, a iniciativa chega a diferentes regiões da capital com prioridade para crianças e adolescentes atendidos pelos CEUs e comunidades em maior vulnerabilidade social (https://ecopasp.com.br/).

Leia a coluna completa na página 2

Ataques digitais mudam estratégia das empresas e impulsionam mercado de US$ 12 bilhões no Brasil

Estudo mostra que organizações deixam modelo reativo e passam a tratar cibersegurança como fator de competitividade.

Segurança no varejo: de custo a investimento estratégico, uma mudança de mentalidade

Até algum tempo atrás, a segurança era tratada no varejo como uma despesa obrigatória, acionada para evitar perdas, cumprir exigências legais ou responder a incidentes.

Criminosos criam marketplace de dados pessoais para aplicar golpes na internet

Interfaces incluem informações cadastrais, histórico financeiro, vínculos familiares e outros registros. A ausência de controle sobre finalidade de uso e privacidade amplia o potencial de exploração dessas informações.

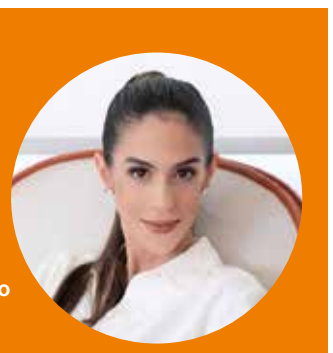
Empresas ampliam investimentos em benefícios digitais para fortalecer a experiência do cliente

Em um cenário em que conquistar novos consumidores custa cada vez mais caro, empresas de diferentes segmentos têm direcionado esforços para fortalecer o relacionamento com quem já faz parte de sua base. Nesse movimento, os tradicionais programas de fidelidade vêm dando espaço a uma nova geração de benefícios digitais, conhecidos como serviços de valor agregado (Value Added Services - VAS), que ampliam a experiência do cliente e aumentam o engajamento com a marca.

Para informações sobre o
MERCADO FINANCEIRO
faça a leitura do
QR Code com seu celular

Espaço Jurídico

A IA leu tudo de graça — e o Brasil resolveu mandar a conta



Giovanna Araujo

Leia na página 7

OPINIÃO

IA sem contexto é apenas um chatbot mais caro

Mario Marchetti (*)

A inteligência artificial generativa se tornou prioridade nas agendas corporativas.

Em praticamente todos os setores, empresas anunciam novos assistentes virtuais, agentes inteligentes e plataformas capazes de transformar a relação com clientes. O entusiasmo é compreensível. Pela primeira vez, temos uma tecnologia capaz de compreender linguagem natural, conduzir conversas complexas e executar tarefas com um nível de fluidez que parecia distante há poucos anos.

Mas, em meio a essa corrida, existe um risco que poucas organizações estão discutindo: investir em inteligência artificial sem antes construir contexto. A consequência é simples. Em vez de revolucionar a experiência do cliente, muitas empresas estão apenas substituindo chatbots tradicionais por versões muito mais sofisticadas e, naturalmente, muito mais caras.

A tecnologia evoluiu de forma extraordinária. O problema é que boa parte das empresas continua oferecendo à inteligência artificial exatamente o mesmo ambiente limitado que oferecia aos antigos bots. Ela recebe perguntas, produz respostas bem elaboradas, mas não sabe quem é o cliente, desconhece seu histórico, não consegue acessar sistemas internos, ignora compras anteriores, não entende em que etapa da jornada aquela pessoa está e, muitas vezes, sequer sabe qual foi a última conversa realizada poucos minutos antes em outro canal.

Nesse cenário, a inteligência impressiona pela linguagem, mas decepciona pela experiência. É comum encontrarmos assistentes que escrevem de forma impecável, mas ainda pedem o número do pedido diversas vezes, solicitam informações já fornecidas pelo cliente ou transferem o atendimento para um humano sem compartilhar absolutamente nada da conversa anterior.

O consumidor percebe essa limitação imediatamente. Na prática, pouco importa se a resposta foi produzida por um grande modelo de linguagem ou por um chatbot baseado em regras. Se ele continua tendo que repetir informações, reiniciar processos ou alternar entre diferentes canais sem continuidade, sua percepção será a mesma: a empresa continua sem conhecê-lo.

Esse talvez seja um dos maiores paradoxos da atual onda de inteligência artificial. Estamos investindo bilhões para tornar as conversas mais naturais, quando o maior problema nunca foi a linguagem. Sempre foi a falta de contexto.

Contexto significa muito mais do que acesso a um banco de dados. Significa compreender quem está falando, qual é seu histórico de relacionamento, quais produtos utiliza, quais problemas enfrentou anteriormente, quais canais prefere utilizar e, principalmente, qual é sua intenção naquele momento.

Uma simples pergunta como "Meu pedido já saiu?" ilustra bem essa diferença.

Sem contexto, a IA precisará perguntar qual pedido, solicitar informações de identificação, consultar sistemas isoladamente e reconstruir toda a conversa antes de responder.

Com contexto, ela já sabe quem é o cliente, identifica automaticamente a compra mais recente, verifica o status da entrega, informa o prazo atualizado e ainda consegue avisar que houve uma mudança na previsão ou sugerir o melhor canal para acompanhar a encomenda. A pergunta é exatamente a mesma.

O que muda é tudo aquilo que acontece antes da resposta. É por isso que acredito que o verdadeiro desafio da inteligência artificial deixou de ser gerar texto e passou a ser conectar informações. Modelos de linguagem continuarão evoluindo rapidamente. Eles serão mais rápidos, mais precisos e mais acessíveis. O que não será facilmente replicável é a capacidade das empresas de integrar seus dados, eliminar silos e construir uma visão unificada da jornada do cliente.

Essa integração exige um trabalho que normalmente recebe menos atenção do que o lançamento de uma nova IA. É preciso conectar plataformas de comunicação, sistemas de CRM, bancos de dados, ferramentas de atendimento, soluções de pagamento, plataformas de marketing e aplicações internas que, historicamente, evoluíram de forma independente.

Em muitos casos, esse trabalho é menos visível do que implantar um novo assistente virtual. Também é mais complexo. Mas é justamente ele que determina se a inteligência artificial será capaz de resolver problemas ou apenas conversar sobre eles. A chegada dos agentes de IA reforça ainda mais essa necessidade. Diferentemente dos primeiros chatbots, que tinham como principal função responder perguntas, os agentes começam a executar tarefas, consultar diferentes sistemas e tomar decisões dentro de limites previamente estabelecidos.

Para fazer isso com qualidade, eles dependem de contexto. Um agente responsável por renegociar uma fatura precisa conhecer o histórico financeiro do cliente. Um agente que acompanha entregas precisa conversar com sistemas logísticos. Um agente voltado ao suporte técnico precisa acessar registros anteriores, equipamentos utilizados e chamados já resolvidos.

Sem essas conexões, qualquer promessa de autonomia se torna limitada. Outro aspecto importante é que contexto também melhora a eficiência operacional. Quando a IA compreende a jornada completa, reduz transferências desnecessárias, evita retrabalho, aumenta a resolução no primeiro contato e libera equipes humanas para lidar com situações mais complexas e estratégicas.

Isso mostra que a discussão sobre inteligência artificial não deveria girar apenas em torno da qualidade dos modelos. Ela deveria começar por uma pergunta muito mais simples: nossa empresa conhece suficientemente bem seus clientes para que a IA possa ajudá-los?

Se a resposta for não, provavelmente o próximo investimento não deveria ser em um modelo mais poderoso, mas na organização das informações que permitirão a esse modelo gerar valor. Existe ainda um fator que muitas vezes passa despercebido. Consumidores não avaliam inteligência artificial pela sofisticação da tecnologia. Eles avaliam pela facilidade da experiência.

Poucos clientes saberão qual modelo de IA está por trás de um atendimento. Eles apenas perceberão se conseguiram resolver seu problema rapidamente, se a empresa lembrou de conversas anteriores e se a solução foi realmente útil. No fim do dia, ninguém elogia um algoritmo.

As pessoas elogiam experiências que funcionam. Por isso, acredito que o futuro da inteligência artificial empresarial será menos definido pelos modelos de linguagem e muito mais pela qualidade do contexto que as empresas conseguem construir ao redor deles.

Modelos continuarão evoluindo. Novas versões surgirão em ritmo acelerado. Mas a verdadeira diferenciação competitiva estará na capacidade de transformar dados dispersos em conhecimento útil, conectar jornadas antes fragmentadas e fazer com que cada interação aproveite tudo aquilo que já foi aprendido anteriormente. Sem isso, a inteligência artificial pode até parecer revolucionária. mas continuará sendo apenas um chatbot mais caro.

(*) CEO LATAM da Sinch.

Bombas de combustível: parece que certas coisas sempre existiram...

Frequentemente temos a sensação de que determinadas coisas sempre existiram; elas estão tão presentes em nossa vida cotidiana que nos esquecemos de que alguém desenvolveu tecnologia que veio a tornar essas coisas fontes de comodidade para nossa vida diária.

Vivaldo José Breternitz (*)

Na segunda metade do século XIX, o principal derivado do petróleo era o querosene, que era utilizado principalmente como combustível para iluminação, aquecimento e cozinha. A gasolina era outro derivado do petróleo, utilizado para os mesmos fins, mas, também e principalmente, para limpeza em ambientes fabris.

Quando uma pessoa desejava comprar querosene ou gasolina, ia a um armazém, levando uma lata ou balde. Ali, o comerciante retirava o produto de um barril e o passava para o recipiente trazido pelo comprador; era um trabalho pesado, sujo e perigoso; com frequência parte do material era desperdiçado.

Um empreendedor americano, Sylvanus Freelove Bowser, desenvolveu pesquisas tentando resolver esse problema, tendo em 1885 construído uma bomba, que vendeu a Jake Gumper, um comerciante de Fort Wayne, Indiana. Nascia a bomba de gasolina, antes mesmo de que nascesse o automóvel.

Rapidamente outros comerciantes procuraram Bowser, que em 1887 patenteou seu invento e criou a S.F. Bowser Company; modelos mais aperfeiçoados começaram a ser vendidos às primeiras oficinas de automóveis em 1893 - ainda não existiam postos de gasolina como os que conhecemos hoje.

Até esse momento, essas oficinas vendiam gasolina passando-a de um barril de aço para um latão com capacidade para cinco galões (cerca de 20 litros). A seguir, a gasolina era passada do latão para o tanque dos automóveis com o auxílio de um funil, que tinha um filtro de tecido para evitar que impurezas fossem para o tanque do carro - aqui também um trabalho pesado, sujo, perigoso, gerador de desperdícios.

Em 1905, Bowser chegou à bomba que começou a se parecer com as atuais: um tanque metálico instalado em um gabinete de madeira, com uma bomba manual que permitia fixar a quantidade de combustível a ser fornecida e outra novidade: uma mangueira que poderia ser levada à boca do tanque do veículo.

Bowser chamou esse dispositivo "Bowser Self-Measuring Gasoline Storage Pump". O pioneirismo de Bowser com relação à mangueira é contestado por alguns autores, que afirmam ter John J. Tokheim, de Cedar Rapids, Iowa, adaptado uma mangueira a um tipo rudimentar de bomba em 1903.

O fato é que a bomba de Bowser fez um sucesso tão grande (a indústria de automóveis também vivia um boom na época), que a palavra "bowser" acabou se tornando um sinônimo de bomba de gasolina, ainda sendo usada nesse sentido em alguns países,

44833_de_Pixabay_CANVA

especialmente na Austrália e Nova Zelândia. Em muitos lugares são chamados bowsers os caminhões que abastecem aviões nos aeroportos e na Inglaterra recebem esse nome veículos ou recipientes móveis que carregam qualquer tipo de líquido entregue a granel ao usuário final, como por exemplo caminhões-tanque que distribuem água.

Bowser morreu em 1938. Mais tarde, o controle de sua empresa, que fabricava outros produtos, como sistemas para purificação de óleo, foi adquirido pela Keene Corporation, que acabou quebrando em 1993, principalmente por ter sofrido muitas ações judiciais relativas à utilização de asbestos, um material cancerígeno, em seus produtos.

(*) Doutor em Ciências pela Universidade de São Paulo, é professor, consultor e diretor do Fórum Brasileiro de Internet das Coisas – vjnitz@gmail.com.

News @ TI

ricardosouza@netjen.com.br

Enem 2026: aulões gratuitos com transmissão online começam nesta terça

@Estudantes que estão se preparando para o Exame Nacional do Ensino Médio (Enem) poderão participar, a partir de hoje terça-feira (18), de uma série de seis aulões gratuitos com foco em diferentes disciplinas cobradas na prova. Promovida pela UNIASSELVI em parceria com o Curso Enem Gratuito, a programação segue até 22 de setembro, sempre às 19h (horário de Brasília), com transmissões ao vivo pelo YouTube. O primeiro encontro será dedicado à Química. Nas semanas seguintes, os estudantes terão aulas de Redação, Literatura, Biologia, História e Matemática. A proposta é oferecer uma preparação gratuita e acessível, com revisão de conteúdos importantes para o exame e orientações que auxiliem os candidatos durante os estudos (https://portal.uniasselvi.com.br/enem).

DigAÍ apresenta nova fase de sua plataforma de Talent Intelligence

@A DigAÍ apresenta no CONARH uma nova etapa de sua plataforma de Talent Intelligence: o DNA de Alta Performance (DNA HP), tecnologia que utiliza inteligência artificial para analisar dados dos próprios profissionais de uma organização e identificar características associadas à alta performance. A partir desses padrões, a solução orienta a busca, a entrevista e a recomendação de candidatos para novas posições. A novidade será apresentada por Christian Pedrosa, fundador e CEO da DigAÍ, durante o CONARH, que acontece de 18 a 20 de agosto, no São Paulo Expo, em São Paulo. A proposta parte de uma mudança na lógica tradicional do recrutamento. Em vez de começar exclusivamente pelos requisitos definidos para uma vaga e procurar no mercado alguém que corresponda a esse perfil, o DNA HP olha primeiro para dentro da empresa: quais profissionais apresentam os melhores resultados e o que eles têm em comum? (https://conarh.org.br/).

Solução de pagamentos para recarga de veículos elétricos

@A Nayax Ltd. (NASDAQ: NYAX; TASE: NYAX), plataforma global de comércio, pagamentos e fidelização, anuncia o lançamento de sua vertical de mobilidade elétrica no Brasil. No centro do lançamento está o VPOS Media 4 Mini, o primeiro terminal de pagamento do país certificado, validado e dedicado ao processamento de pagamentos locais em estações de recarga. Os motoristas podem pagar diretamente no carregador, com uma maior variedade de opções de pagamento disponíveis. A flexibilidade de pagamento é um dos fatores práticos que moldam a experiência de recarga. Oferecer aos motoristas a opção de pagar diretamente no carregador, além do pagamento via aplicativo, torna a experiência mais próxima de um posto de combustível, em que o pagamento leva apenas alguns segundos e o motorista escolhe o que funciona melhor para ele, reduzindo a fricção no momento da recarga.

OnilX anuncia nova fase de atuação no mercado de ativos digitais

@Diante das transformações recentes do mercado brasileiro de ativos digitais e da evolução de seu ambiente regulatório, a OnilX anuncia uma nova fase de sua atuação no país. A companhia voltará a concentrar seus investimentos, tecnologia e capacidade operacional no desenvolvimento de soluções de infraestrutura B2B para operações com ativos virtuais e no atendimento a segmentos específicos do mercado, seguindo os requisitos e limites estabelecidos pela regulamentação aplicável. O novo direcionamento reflete o processo de crescente institucionalização do setor e a estratégia da OnilX de priorizar soluções voltadas a investidores qualificados e profissionais, especialmente empresas, instituições financeiras, importadores, exportadores e parceiros estratégicos.

Pagsmile lança plugin de Pix

@A Pagsmile acaba de disponibilizar um novo plugin oficial de Pix para a Shopify, uma das maiores plataformas de e-commerce do mundo. A novidade permite que lojistas brasileiros integrem a solução de pagamentos da empresa de forma simples e rápida, ampliando as opções de checkout e contribuindo para uma experiência de compra mais fluida. Segundo projeção da Confi Neotrust, o e-commerce brasileiro deve movimentar R$ 254 bilhões no segundo semestre de 2026, um crescimento de 20% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Empresas & Negócios

José Hamilton Mancuso (1936/2017)
Responsável: **Lilian Mancuso**

Laurinda Machado Lobato (1941-2021)

José Leonil Lobato (1939-2026)

Editorias
Economia: Nelson Tucci (nelson.tucci@netjen.com.br)
Mercado/Negócios/Tecnologia/Agronegócios/
Espaço empresarial: Ricardo Souza (ricardosouza@netjen.com.br);
Livros: Ralph Peter (ralphpeter@agenteliterarioralph.com.br)
Comercial: comercial@netjen.com.br
Publicidade Legal: lilian@netjen.com.br

Webmaster/TI: Fabio Nader; *Editoração Eletrônica:* Ricardo Souza.
Revisão: Maria Cecília Camargo; *Serviço informativo:* Agências Brasil, Senado, Câmara, EBC, ANSA.

Artigos e colunas são de inteira responsabilidade de seus autores, que não recebem remuneração direta do jornal.

Colaboradores: Ana Luisa Winckler, Carol Olival, Claudia Lazzarotto, Denise Debiasi, Fabiana Monteiro, Geraldo Nunes, Heródoto Barbeiro e Neiva Mendes

ISSN 2595-8410

Jornal Empresas & Negócios Ltda
Administração, Publicidade e Redação: Rua Joel Jorge de Melo, 468, cj. 71 – Vila Mariana – São Paulo – SP – CEP.: 04128-080
Telefone: (11) 3106-4171 – E-mail: (netjen@netjen.com.br)
Site: (www.netjen.com.br). CNPJ: 05.687.343/0001-90
JUCESP, Nire 35218211731 (6/6/2003)
Matriculado no 3º Registro Civil de Pessoa Jurídica sob nº 103.

Selic mantém indústria em alerta e exige cautela para o segundo semestre

O crédito ainda restritivo deve exigir planejamento e eficiência

Heitor Schewchenko

A redução da taxa Selic para 14% ao ano, anunciada pelo Comitê de Política Monetária (Copom) do Banco Central, representa um primeiro sinal de flexibilização da política monetária, mas ainda está longe de produzir um alívio significativo sobre os custos financeiros enfrentados pela indústria, de uma forma geral. Para a Maximu's Embalagens Especiais, indústria especializada em soluções plásticas de proteção para componentes e produtos industriais, o cenário para o segundo semestre deve continuar marcado por cautela, com empresas priorizando eficiência operacional, controle de custos e decisões de investimento mais seletivas.

O corte de 0,25 ponto percentual ocorreu após um longo período de juros em patamar elevado. A Confederação Nacional da Indústria (CNI) avalia que, apesar de positiva, a redução ainda é insuficiente para aliviar as dificuldades enfrentadas pelo setor produtivo. Segundo levantamento da entidade, 53% das empresas industriais esperam aumento da necessidade de financiamento para contas a pagar nos próximos três meses, enquanto 58% projetam redução das margens líquidas. Além disso, cerca de 39% das empresas que demandam mais capital devem ampliar o endividamento bancário.

O ambiente de juros elevados se soma a sinais recentes de perda de ritmo da atividade. Dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), e divulgados neste mesmo espaço, recentemente, apontam que a produção industrial nacional recuou 1,8% em junho, na comparação com maio, com resultados negativos em 12 dos 15 locais pesquisados. Com isto, o setor industrial entra na segunda metade do ano diante de um cenário que ainda exige cautela.

Para a Maximu's, que atua em um setor sensível e que muitas vezes serve como termômetro – o de embalagens –, o comportamento da indústria no segundo semestre deve depender não apenas da trajetória dos juros, mas também da capacidade das empresas de preservar margens e manter investimentos em um ambiente de demanda mais moderada. "A redução da Selic traz uma perspectiva um pouco mais favorável para os próximos meses, mas ainda estamos falando de uma taxa bastante elevada. O impacto sobre o crédito e sobre as decisões de investimento não acontece de forma imediata, por isso acreditamos que o segundo semestre ainda será de muita disciplina financeira por parte das empresas", avalia Márcio Grazino, diretor da empresa.

A indústria de embalagens tende a acompanhar de perto o desempenho de segmentos que permanecem mais resilientes. Setores como automotivo, alimentos, farmacêutico e bens de consumo continuam demandando soluções de acondicionamento e proteção para suas operações, ainda que as empresas estejam mais criteriosas em relação a estoques, custos e novos projetos.

"Para os fornecedores da cadeia industrial, o momento exige proximidade com os clientes e capacidade de adaptar soluções às necessidades de cada operação. É necessário entender onde estão as demandas mais consistentes e oferecer eficiência e soluções que contribuam para a operação dos clientes", completa o executivo.

Empresas sustentáveis precisam integrar tecnologia, humanidades e estratégia

Ana Lahor (*)

Vivemos um momento curioso. Nunca tivemos tantas ferramentas para comunicar, criar, analisar, automatizar e tomar decisões. Ao mesmo tempo, nunca foi tão fácil confundir acesso à tecnologia com capacidade de inovar.

A Inteligência Artificial tornou essa discussão ainda mais evidente. Recursos antes restritos a grandes estruturas passaram a fazer parte da rotina de praticamente qualquer empresa e profissional liberal. Hoje é possível produzir textos, imagens, vídeos e análises em uma velocidade antes difícil de imaginar.

Mas existe uma diferença entre usar novas ferramentas e construir uma empresa preparada para um novo tempo.

Tecnologia não cria estratégia sozinha. Não define posicionamento. Não constrói cultura. E, principalmente, não substitui o repertório humano necessário para interpretar contextos e fazer escolhas.

É aí que comunicação, inovação e tecnologia deixam de ser assuntos separados e formam um mesmo ecossistema.

Uma empresa pode utilizar Inteligência Artificial e ainda comunicar sem relevância. Pode automatizar processos ruins e apenas fazê-los acontecer mais rápido. Pode produzir mais conteúdo e gerar mais ruído.

A pergunta não deveria ser apenas: "quais tecnologias devemos adotar?"

Mais importante seria perguntar: "que empresa queremos construir a partir das novas capacidades que agora temos?"

Essa perspectiva passa pela sustentabilidade dos negócios.

Sustentar um negócio é criar condições para que continue relevante, competitivo e economicamente saudável enquanto o ambiente se transforma. Isso exige utilizar melhor os recursos, inclusive o mais valioso: o tempo.

Quando a tecnologia assume tarefas operacionais, organiza informações e amplia capacidades humanas, ela pode devolver às pessoas tempo para pensar, criar, decidir, inovar e desfrutar melhor a vida.

Mas existe uma condição: tecnologia precisa estar a serviço de uma arquitetura maior.

Empresas sustentáveis nesse cenário não serão necessariamente as que utilizarem mais ferramentas. Serão aquelas capazes de conectá-las a processos, conhecimento, critérios, memória, cultura e, acima de tudo, propósito.

Porque ferramentas mudam. Plataformas desaparecem. Algoritmos são substituídos. A inovação de hoje rapidamente se transforma no básico de amanhã.

O que permanece é a capacidade de aprender, interpretar mudanças e transformar possibilidades em valor para pessoas e negócios.

Talvez este seja o paradoxo do nosso tempo: quanto mais poderosa se torna a tecnologia, mais valiosas se tornam características profundamente humanas.

Visão. Repertório. Critério. Criatividade. Sensibilidade. Capacidade de fazer boas perguntas.

O futuro dos negócios não será construído escolhendo entre pessoas ou tecnologia. Será construído por empresas que souberem criar uma relação inteligente e de cooperação entre os dois.

É nesse ecossistema que atuamos.

A Soul conecta estratégia, comunicação, inovação e novas tecnologias por meio de diferentes frentes: Soul Inteligência Criativa, Soul Consultoria e Soul Image.Lab. Estruturas diferentes, conectadas por uma mesma visão: utilizar inteligência e tecnologia para ampliar capacidades, preservar identidade e construir negócios preparados não apenas para acompanhar o futuro, mas para participar da construção dele.

(*) - CSO & CMO, Soul Inteligência Criativa|Soul Image.Lab

Mulheres ampliam espaço na área de tecnologia

O número de mulheres em cursos de tecnologia no Brasil cresceu 220% nos últimos 15 anos, passando de 48 mil para 153 mil estudantes, de acordo com o Censo da Educação Superior 2025, do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep). Apesar do avanço na formação, o desafio agora está na absorção e retenção desses talentos no mercado. Vencer esse gargalo de retenção exige um olhar atento das empresas.

Foi o que ocorreu com Rafaela Veloso, engenheira de produção que iniciou a carreira na indústria de base antes de migrar para a área de Pesquisa Operacional, campo que combina matemática, tecnologia e negócios para resolver problemas complexos. "Eu sentia falta de trabalhar com problemas mais analíticos. Quando encontrei a pesquisa operacional, vi que era um caminho onde eu poderia usar matemática para resolver desafios reais", afirma a executiva.

A mudança de rota levou a executiva ao universo da consultoria, onde atuou em projetos diversos até chegar à Physa, empresa especializada em soluções analíticas e customizadas. Segundo ela, um dos diferenciais do modelo está na capacidade de resolver desafios complexos e gerar impacto real para os clientes.

"A maioria dos problemas dos clientes não pode ser resolvida com soluções fechadas. É preciso entender profundamente o contexto e traduzir isso em uma solução específica. É isso que gera valor de verdade e atrai as pessoas para o desafio", explica.

MUNDO ESG

nelson.tucci@netjen.com.br

www.netjen.com.br

Transporte/Descarboniza

O Fórum Transporte Sustentável, realizado durante a Lat.Bus 2026, semana passada, reuniu operadores, indústria, fornecedores de energia, agentes públicos e instituições financeiras para discutir caminhos de descarbonização do transporte coletivo. A programação mostrou que a transição energética já saiu do campo conceitual e começa a ser medida em operações reais, como a do BRT de Goiânia, onde ônibus articulados a biometano registraram desempenho superior ao previsto no projeto e abriram espaço para discutir produção local do combustível, infraestrutura e expansão da frota.

Transporte – II

O debate sobre gás e biometano reforça que a maturidade tecnológica, por si só, não garante escala. Os principais obstáculos estão na infraestrutura de abastecimento, na segurança de suprimento, no financiamento e na construção de modelos de negócio capazes de reduzir riscos para operadores. A experiência de Goiânia foi apresentada como exemplo de articulação entre poder público, empresas, fornecedores e financiadores para criar demanda e, ao mesmo tempo, estimular uma cadeia local de produção de biometano. Já na eletromobilidade, a discussão foi além da redução de emissões. Representantes do Ministério das Cidades, de Salvador, Belo Horizonte e da operação privada destacaram a necessidade de planejamento, recursos para aquisição de veículos e recarga, assistência técnica aos municípios e adaptação das empresas.

Insumos/Agro

A distribuição de insumos agropecuários tem papel relevante na cadeia do agro brasileiro reafirmando sua condição fundamental na economia do país. Segundo a 11ª Pesquisa Nacional da Distribuição, realizada pela Associação Nacional dos Distribuidores de Insumos Agrícolas e Veterinários (Andav) em parceria com o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea-Esalq/USP), o segmento alcançou um faturamento de R$ 171 bilhões em 2025, sendo R$ 105 bilhões com insumos, R$ 43 bilhões com comercialização de grãos e R$ 23 bilhões em máquinas, serviços e outros. Outro dado importante aponta que a soja se manteve como a principal cultura atendida pelos distribuidores, representando 43% da atuação do setor, seguida pelo milho, com 20%. Entre os segmentos de insumos, os defensivos químicos lideraram com 43% de participação, seguidos pelos fertilizantes para o solo (17%) e pelas sementes (16%).

Turismo/Ambiental

Com apenas seis anos de atuação, a Goya Travel acaba de conquistar seu segundo reconhecimento, concedido pela Virtuoso, uma das principais redes globais de viagens de luxo: o "*2026 Virtuoso Global Stewardship Award*". A premiação ocorreu nesta semana, em Las Vegas, durante a Virtuoso Travel Week, na categoria Agency, pelo trabalho desenvolvido com a *BioConexão*, iniciativa da biosfera Copastur operada pela Goya Travel e pela Aquarela Agência que transforma viagens de incentivo em expedições com propósito e responsabilidade socioambiental e são desenvolvidas exclusivamente em parceria com outras Empresas B certificadas, com roteiros no Brasil e na América do Sul. O CEO da Goya, Edmar Mendoza, explica que a cada viajante da BioConexão são destinados recursos para o plantio de duas mudas de espécies nativas da Mata Atlântica, ação conduzida pela Associação Ambientalista Copaíba.

Aliança para M&A

Empresas brasileiras que buscam investidores, compradores estratégicos ou oportunidades de crescimento por meio de aquisições passam a contar com uma nova alternativa para estruturar e ampliar sua presença no mercado de Fusões e Aquisições (M&A). A RZ3, ecossistema especializado em estratégia, governança, tecnologia e inteligência de mercado, firmou uma aliança estratégica com a Sunbelt Alphaville, rede de intermediação de compra e venda de empresas, com mais de 37 anos de mercado. A parceria amplia a oferta de soluções em M&A ao combinar a atuação da RZ3 na preparação e estruturação estratégica das empresas com o alcance da Sunbelt na identificação e aproximação de compradores, investidores e oportunidades de negócios. A operação da Sunbelt atua com empresas de faturamento superior a R$ 3 milhões.

Verticalização Automotiva

A evolução tecnológica dos veículos e a ampliação dos serviços oferecidos pelas montadoras estão transformando o mercado automotivo brasileiro. A verticalização do setor aumenta a competitividade e impõe novos desafios às oficinas independentes, em paralelo. Para Jessica Fahl, executiva de negócios inovadores da Elevo, esse cenário não significa o desaparecimento das oficinas de bairro, mas exige uma mudança profunda em seu posicionamento. Assim, a especialização deixa de ser um diferencial e passa a ser uma condição de sobrevivência. "Oficinas que investirem em capacitação técnica, certificações, equipamentos modernos, atendimento consultivo e nichos específicos terão melhores condições de conquistar a confiança do consumidor e disputar espaço em um mercado que valoriza cada vez mais conhecimento técnico e precisão nos serviços", comenta ela.

Náutica

Apresentando embarcações de diferentes portes, para diferentes bolsos, entre 24 e 29 próximos acontecerá, no São Paulo Expo, a 29ª edição da São Paulo Boat Show. Na oportunidade haverá lançamentos e alternativas para quem já navega ou para quem pretende ingressar neste universo. No ano passado o evento reuniu 120 marcas, 170 embarcações e aproximadamente 40 mil visitantes, diz a promotora. Será cobrado ingresso, a partir de 45 reais. https://saopauloboatshow.com.br/

Bernardinho na Sankhya

No próximo dia 10 de setembro acontecerá a Sankhya Connection, o maior evento anual da companhia, no Distrito Anhembi, em São Paulo (SP). Durante o evento, a empresa apresentará um balanço inédito de um ano do lançamento do Deploy Agent, agente de inteligência artificial que reduz drasticamente o tempo de implantação de sistemas de gestão, trazendo números inéditos e marcos dessa trajetória de sucesso. Estarão no evento o treinador multicampeão do vôlei brasileiro, Bernardinho; a futurista e referência nas áreas de negócios e inovação Martha Gabriel; e o especialista em criatividade, empreendedorismo em tecnologia e educação Murilo Gun.

A agenda ESG como pilar para a longevidade empresarial

Luiz Alexandre Garcia (*)

Em um cenário de negócios em constante transformação, a forma como medimos o sucesso corporativo evoluiu, consolidando a agenda ESG como um imperativo estratégico para empresas que visam crescimento e perenidade

No entanto, esse movimento enfrenta, hoje, um teste de resistência. Em meio a debates que questionam o retorno de tais investimentos, emerge uma clareza fundamental: recuar dessa agenda é ignorar a transformação mais profunda e irreversível de todas — a do próprio papel das corporações na sociedade.

Consumidores, investidores e, principalmente, talentos, passaram a exigir das empresas um compromisso genuíno com a ética, a transparência e as boas práticas. Responder a essa demanda, portanto, tornou-se a mais importante condição para a relevância e competitividade no longo prazo, especialmente em um ambiente que testa a solidez desses valores.

Essa transformação é confirmada por dados recentes do mercado brasileiro. Pesquisas como a da Amcham Brasil indicam que mais de 70% das empresas no país já adotam práticas ESG em suas operações. Além disso, o estudo "A Maturidade ESG nas Empresas Brasileiras: Avanços e Desafios 2024", conduzido pela Beon ESG e Aberje, destaca que 64% das organizações já consideram sustentabilidade como prioridade estratégica. Esses números evidenciam um ponto de inflexão: a agenda ESG deixou o campo do discurso para se tornar uma ação concreta na gestão, firmando-se como um pré-requisito de competitividade e maturidade de negócio, mesmo diante de um cenário global complexo.

Deste modo, os alicerces de empresas longevas são a credibilidade e a confiança. Uma governança corporativa madura, que preza pela transparência nas decisões e pela responsabilidade em suas ações, traduz-se em relações mais sólidas com todos os seus públicos. Afinal, é justamente em períodos de incerteza que uma governança sólida se revela o principal ativo para manter o curso, guiando a empresa por meio de valores claros e de uma visão de futuro que não se abala por turbulências momentâneas.

Nesse contexto, a geração de valor adquire uma nova dimensão. Empresas que integram os princípios ESG em sua essência não os tratam como uma tendência ou obrigação regulatória, mas como um motor para fortalecer sua reputação, mitigar riscos e identificar novas oportunidades. Isso se torna ainda mais claro quando observamos as pressões da crise climática e da escassez de recursos.

Recuar dessa agenda sob a justificativa de otimização de custos ou para se esquivar de debates polarizados é uma visão de curto prazo que ignora o risco reputacional e a perda de um diferencial competitivo duramente construído. A gestão de recursos naturais, a transição para uma economia de baixo carbono e a promoção da economia circular deixaram de ser temas periféricos para se tornarem vetores de eficiência e inovação. A otimização do consumo de energia, a redução de desperdícios e o desenvolvimento de cadeias de suprimentos mais resilientes a eventos climáticos são, na prática, fontes de vantagem competitiva e de fortalecimento da marca. O verdadeiro legado empresarial reside na capacidade de gerar impacto positivo contínuo.

No centro de toda estratégia bem-sucedida estão as pessoas. Em um ambiente de alta competitividade por talentos, as novas gerações buscam mais do que um emprego; elas buscam propósito. Uma cultura organizacional forte, que promove um ambiente saudável e valoriza o desenvolvimento humano, torna-se um diferencial decisivo. Questionar investimentos no pilar social, por exemplo, é arriscar-se a perder a conexão com os profissionais que construirão o futuro da organização. Atrair e reter os profissionais certos, alinhados aos valores e aos princípios da organização, é fundamental para construir negócios mais humanos, inovadores e preparados para os desafios do futuro.

Por fim, navegar a jornada ESG, com suas correntes de apoio e seus desafios, exige uma evolução contínua e, acima de tudo, resiliência estratégica. As empresas que liderarão o futuro são aquelas que compreendem que o crescimento consciente não é um custo, mas o investimento mais seguro na construção de um legado de valor duradouro para seus acionistas, colaboradores, clientes, para o planeta e sociedade como um todo.

(*) Presidente do Conselho de Administração do Grupo Algar.

Gargalo da IA nas empresas vai além da tecnologia, diz especialista

Para Marcus Garcia, fundador da Konia Tecnologia, uma estrutura interna bem organizada é essencial para avançar com ferramentas de apoio para sistemas capazes de executar tarefas de ponta a ponta

Para empresas que querem sair de soluções de IA que apenas auxiliam profissionais e migrar para sistemas capazes de entregar um trabalho de ponta a ponta, o maior obstáculo não costuma ser tecnológico. É a ausência de processos documentados de forma clara, incluindo as exceções. A avaliação é de Marcus Garcia, Fundador e Diretor Comercial da Konia Tecnologia, que atua com projetos de automação e inteligência artificial.

"Todo mundo quer começar pelo agente, pela parte inteligente. Mas na prática, o projeto trava ou destrava lá atrás, no mapeamento do processo e na estruturação do dado. Se ninguém sabe descrever exatamente como o processo funciona hoje, com todas as exceções, não só o caminho ideal, não tem agente que resolva. A auditabilidade também não é opcional. Cliente corporativo não aceita entregar resultado que ele não consegue explicar depois, principalmente em contabilidade e jurídico", explica.

A leitura de Garcia dialoga com um movimento mais amplo identificado pelo mercado. Em março deste ano, a Sequoia Capital publicou o estudo "Serviços, o Novo Software", no qual defende que a próxima empresa de US$ 1 trilhão em IA pode atuar menos como fornecedora de ferramentas e mais como prestadora de serviços, entregando diretamente o trabalho hoje realizado por profissionais ou terceirizadas. O estudo resume essa mudança como a passagem do modelo de "copilot", em que a IA apoia o profissional que segue no comando, para o de "autopilot", em que a empresa vende o resultado do serviço e usa IA para executar a maior parte da operação, com supervisão humana nos pontos que exigem julgamento.

Segundo a Sequoia, isso tende a ganhar força primeiro em atividades que as empresas já costumam terceirizar, como contabilidade, auditoria, corretagem de seguros, determinados serviços jurídicos, recrutamento e serviços gerenciados de tecnologia, onde já existe orçamento consolidado para a execução do trabalho, e não apenas para o software de apoio.

BlackJack3D_CANVA

O trabalho que antecede o agente

Para Garcia, é justamente nesse ponto que mora o desafio prático de transformar a tese em operação. Processos precisam estar mapeados de ponta a ponta, dados organizados, fluxos com rastreabilidade e limites de atuação dos agentes bem definidos. Também é preciso converter conhecimento que hoje está concentrado na experiência de determinados profissionais em regras que sistemas consigam executar.

"Dado bagunçado a gente resolve com estruturação. Resistência interna a gente resolve com processo de mudança bem conduzido. O que mais atrasa o cronograma é a empresa não ter o processo escrito de um jeito que sobreviva à ausência da pessoa que sabe fazer aquilo de memória", afirma. Segundo ele, essa etapa de mapeamento costuma consumir mais tempo do que a própria construção do agente. "Grande parte do trabalho no início de um projeto de automação está em entender como a tarefa é feita hoje. Para isso, é preciso conversar com quem executa o trabalho e transformar o conhecimento que está na experiência dessas pessoas em regras claras que possam ser seguidas pelo agente. Esse processo de mapear e estruturar o conhecimento costuma levar mais tempo do que a própria construção do agente".

Onde a mudança já aparece no Brasil

Segundo Garcia, o modelo tende a avançar primeiro onde o trabalho é mais estruturado e depende menos de julgamento humano, leitura que também aparece no estudo da Sequoia, que cita contabilidade, auditoria, corretagem de seguros, determinados trabalhos jurídicos, serviços de TI e partes do recrutamento como oportunidades iniciais.

No Brasil, ele avalia que já existem sinais concretos dessa mudança, ainda que em ritmos diferentes entre setores. Em tarefas delimitadas, como conciliação contábil, triagem de contratos padronizados e etapas iniciais de recrutamento, a IA já consegue ir além do papel de ferramenta de apoio. Já em atividades que dependem de negociação ou decisões mais sensíveis, a participação humana segue central. A distinção é semelhante à feita por Julien Bek, autor do estudo da Sequoia, para quem a IA avança mais rápido em tarefas com respostas verificáveis e regras claras, enquanto o julgamento, ligado à experiência e a decisões qualitativas, segue mais difícil de automatizar.

Adoção gradual, não substituição imediata

Para Garcia, o estudo da Sequoia tem fundamento, mas sua aplicação no mercado brasileiro deve ser gradual. "A leitura de que o orçamento de serviço é maior que o de software, e que é mais fácil substituir um contrato de terceirização do que reorganizar uma equipe interna, faz muito sentido e a gente vê isso na prática. A diferença é que no Brasil a regulação e a cultura de compliance em setores como jurídico e contábil impõem um ritmo mais cauteloso de adoção. A tese tem base real, mas a implementação não acontece da noite para o dia".

A própria Sequoia reconhece que o movimento ainda está em formação. Enquanto 2025 foi marcado pela expansão dos copilots, a aposta é que 2026 seja o ano em que mais empresas tentem avançar rumo ao autopilot, disputando não só o orçamento de ferramentas, mas o orçamento destinado à própria execução do trabalho.

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
3º Subdistrito - Penha de França
Albert Broday Rodrigues - Oficial do Registro Civil

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **ODAIR JOSÉ ALBUQUERQUE FILHO,** profissão: autônomo, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 11/03/2003, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Odair José Albuquerque e de Maria Rita de Sousa. A pretendente: **MARIA IZABEL DA SILVA BARBOSA,** profissão: analista administrativa, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 13/12/2000, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Lealberto Barbosa Filho e de Maria Lucilene da Silva.

O pretendente: **VINÍCIUS GOLIAS MARTINS ALMEIDA,** profissão: analista de infraestrutura TI, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 10/12/2001, residente e domiciliado em São Paulo, SP, filho de Marcio Martins Almeida e de Michelle Golias Silva. A pretendente: **ANA CAROLINA DE FREITAS RAPACE,** profissão: engenheira civil, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 20/02/2003, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Alexandre Rapace e de Ana Claudia de Freitas Rapace.

O pretendente: **MARCELO AMARO AVANZI,** profissão: analista de sistemas, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 21/04/1976, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Carlos Alberto Avanzi Neto e de Elenice Amaro Avanzi. A pretendente: **SHAMIA NEVES COELHO,** profissão: especialista em comunicações, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 24/04/1998, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Juvenal Marques Coelho e de Gislene Aparecida Neves Coelho.

O pretendente: **GUSTAVO MASCARENHAS DOMINGOS,** profissão: autônomo, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 04/06/2002, residente e domiciliado em São Paulo, SP, filho de Paulo Rogerio Domingos e de Soraia Mascarenhas da Silva Domingos. A pretendente: **MARIA PAULA RIBEIRO MOURA VEIGA,** profissão: autônoma, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 20/04/2006, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de João Paulo Veiga e de Júnia Márcia Ribeiro Moura Veiga.

O pretendente: **BRUNO MATHEUS CANHOS,** profissão: estagiário, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 26/04/2001, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Vagner Canhos e de Lucimara Matheus Canhos. A pretendente: **PAULA GALVÃO IZUNO,** profissão: estagiária, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 30/12/2001, residente e domiciliada em São Paulo, SP, filha de Renato Hiroiti Izuno e de Eunice Galvão Izuno.

O pretendente: **EDIVALDO ROCHA MEDRADO,** profissão: aposentado, estado civil: divorciado, naturalidade: Queimadas, BA, data-nascimento: 05/09/1952, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Alipio da Rocha Medrado e de Aurelina Ferreira Medrado. A pretendente: **VANDECI SOUZA NEVES,** profissão: diarista, estado civil: solteira, naturalidade: Lajedão, BA, data-nascimento: 25/12/1960, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Nelson de Souza Neves e de Maria da Cunha Dias.

O pretendente: **JOAQUIM GASPAR DE SOUSA PAULO,** profissão: estudante, estado civil: solteiro, naturalidade: Angola, data-nascimento: 03/09/1987, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Inocencio Paulo e de Domingas Joaquim Gaspar de Sousa. A pretendente: **EDNA FRANCISCO FERRAZ,** profissão: estudante, estado civil: solteira, naturalidade: Angola, data-nascimento: 26/11/1990, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Jose Ferraz e de Esperança Francisco Domingos.

O pretendente: **EDUARDO SANTOS GOES,** profissão: artista 3D, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 10/07/1997, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Edmundo Neves Goes e de Elisabeth dos Santos Silva Goes. A pretendente: **ÉRICA VIEIRA SAMPAIO,** profissão: estudante, estado civil: solteira, naturalidade: Ipirá, BA, data-nascimento: 11/05/1997, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de João Silva Sampaio e de Margarida Vieira Sampaio.

O pretendente: **SAMUEL DEZEN MIOLLA,** profissão: enfermeiro, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 27/08/2001, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Eloi Miolla Filho e de Magali Maroni Dezen Miolla. A pretendente: **DÂNICA CRISTINA DE OLIVEIRA,** profissão: auxiliar administrativa, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 29/05/2001, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Sidnei de Oliveira e de Lucineide Teixeira de Oliveira.

O pretendente: **ANDRÉ VINICIUS DE ALENCAR ALVES,** profissão: empresário, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 06/07/1980, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Benedito Alves e de Fatima de Alencar Alves. A pretendente: **ANA LUIZA BAPTISTA,** profissão: publicitária, estado civil: solteira, naturalidade: Santa Maria, RS, data-nascimento: 12/02/1997, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Fernando Koren Baptista e de Marli de Fátima Baptista.

O pretendente: **VICTOR SIQUEIRA DE MENEZES SANTOS,** profissão: policial militar, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 01/05/1992, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Edemilson de Menezes Santos e de Fransueli Siqueira de Menezes Santos. A pretendente: **VITORIA KAROLINA SANTANA SANTOS,** profissão: autônoma, estado civil: solteira, naturalidade: Simão Dias, SE, data-nascimento: 30/06/2001, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de José Nildo Souza Santos e de Elva Rufina de Santana.

O pretendente: **YURI DOS SANTOS SOARES DE LIMA,** profissão: detailer, estado civil: divorciado, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 01/04/2000, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Sergio Soares de Lima e de Selma Maria dos Santos Lima. A pretendente: **LARISSA DE JESUS LIRIO,** profissão: publicitária, estado civil: divorciada, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 16/07/1997, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Gilson Oliveira Lirio e de Alexandra de Jesus Lirio.

O pretendente: **SHERLON RUY DA SILVA,** profissão: advogado, estado civil: solteiro, naturalidade: Belém, PA, data-nascimento: 31/10/1988, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de José Maria da Silva e de Rosenete Nazaré Silva da Silva. A pretendente: **INGRID PAPINI CARVALHO,** profissão: gerontóloga e administradora, estado civil: solteira, naturalidade: Caraguatatuba, SP, data-nascimento: 11/03/1993, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de Isaac Elidio Carvalho e de Gismeiri Papini.

O pretendente: **ALAN PEREZ BROSSI,** profissão: comerciante, estado civil: solteiro, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 09/04/1990, residente e domiciliado em Penha de França, São Paulo, SP, filho de Tadeu Francisco Brossi e de Sueli Martinez Perez Brossi. A pretendente: **JENIFFER MICHELLY ALVIM DA SILVA,** profissão: gestora administrativa, estado civil: solteira, naturalidade: São Paulo, SP, data-nascimento: 10/08/1991, residente e domiciliada em Penha de França, São Paulo, SP, filha de José Raimundo da Silva e de Leila Cristina Alvim Silva.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local Jornal Empresas & Negócios

Proclamas de Casamentos

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DE PESSOAS NATURAIS
15º Subdistrito - Bom Retiro
Amanda de Rezende Campos Marinho Couto - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **RONALDO SANTOS DE SOUSA,** nascido em Coremas, PB, no dia 05/01/1975, profissão representante, estado civil divorciado, residente e domiciliado neste Subdistrito, São Paulo, SP, filho de Milton dos Santos e de Ana Maria de Sousa Santos. A pretendente: **NILZA PEREIRA DA SILVA,** nascida em Itaeté, BA, no dia 10/07/1979, profissão representante comercial, estado civil solteira, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo, SP, filha de Altino Geminiano da Silva e de Zenaide Dourado Pereira.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local Jornal Empresas & Negócios

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL
33º Subdistrito - Alto da Mooca
Ilzete Verderamo Marques - Oficial

Faço saber que os seguintes pretendentes apresentaram os documentos exigidos pelo Art. 1525, do Código Civil Atual Brasileiro e desejam se casar:

O pretendente: **RAFAEL DE SANTIS,** estado civil solteiro, filho de Ronaldo de Santis e de Isabel Christina Lopes da Silva, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **AMANDA ZULIAN SBRISSA,** estado civil solteira, filha de Paulo Marcos Sbrissa e de Cristiane Zulian Sbrissa, residente e domiciliada em São Paulo - SP. Obs.: O pretendente é residente à Rua da Mooca, nº 4969, apto. 103, neste Subdistrito Alto da Mooca, São Paulo - SP e a pretendente é residente à Rua Edgar Franco, nº 418, nesta Capital - São Paulo - SP. Em razão da revogação do parágrafo 4° do Artigo 67, da Lei 6015/77, pelo Artigo 20, Item III, alínea "b" da Lei 14.382/22, deixo de encaminhar Edital de Proclamas para afixação e publicidade ao Cartório de residência da pretendente.

O pretendente: **JOSÉ VICENTE DA SILVA,** estado civil solteiro, filho de Vicente Inácio da Silva e de Severina Maria da Conceição, residente e domiciliado neste Subdistrtio - São Paulo - SP. A pretendente: **ERIENE FRANCISCA DE SANTANA,** estado civil solteira, filha de Juarez Jose de Santana e de Adjarêis Francisca de Santana, residente e domiciliada em São Paulo - SP.

O pretendente: **ALFREDO AUGUSTO RAMOS TOSCANO JUNIOR,** estado civil divorciado, filho de Alfredo Augusto Ramos Toscano e de Palmira Lopes Toscano, residente e domiciliado neste Subdistrtio, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **EULALIA ALBA ESPIN,** estado civil solteira, filha de Alfredo Espin Santin e de Maria Teresa Alba Rio, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **DIEGO MATHEUS SILVEIRA PEREIRA,** estado civil solteiro, filho de Zante Silveira Pereira e de Rita Maria Pereira de Sousa, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **MÔNICA DOS SANTOS,** estado civil divorciada, filha de Rozalvo da Cruz Santos e de Cosmiria dos Santos, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

O pretendente: **OLAVO CARVALHO CILURZO,** estado civil solteiro, filho de José Cilurzo Neto e de Angela Aparecida Carvalho Cilurzo, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paul o - SP. A pretendente: **GIOVANNA DA SILVA VIEIRA,** estado civil solteira, filha de Luiz Francisco Vieira e de Maria Salome da Silva, residente e domiciliada neste Subdistrito, São Paulo - SP.

O pretendente: **LUIS ROBERTO DE SOUZA SANTOS,** estado civil solteiro, filho de Roberto Carlos Cunha Santos e de Carla Neri de Souza, residente e domiciliado neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP. A pretendente: **GABRIELA CAROLINA DEMETRIO,** estado civil solteira, filha de Ronaldo Demetrio e de Josefa Fonseca Bezerra, residente e domiciliada neste Subdistrito, Alto da Mooca - São Paulo - SP.

Se alguém souber de algum impedimento, oponha-se na forma da lei. Lavro o presente, para ser afixado no Oficial de Registro Civil e publicado na imprensa local Jornal Empresas & Negócios

A infraestrutura invisível que definirá o futuro digital do Brasil

Os cabos submarinos são responsáveis por 99% do tráfego internacional de dados do Brasil

Muito antes de uma informação chegar à tela de um smartphone, alimentar uma aplicação de inteligência artificial ou conectar empresas em diferentes continentes, ela percorre uma infraestrutura praticamente invisível ao usuário final: os cabos submarinos.

nadia_CANVA

Responsáveis por aproximadamente 99% do tráfego internacional de dados do Brasil, esses sistemas tornaram-se ativos estratégicos para a economia digital, sustentando serviços de nuvem, inteligência artificial, sistemas financeiros, comércio eletrônico, governo digital e comunicações globais. A própria Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) passou a classificá-los como uma infraestrutura cuja proteção é essencial para a segurança, a resiliência e a soberania digital do país.

O crescimento exponencial da demanda por processamento de dados e aplicações baseadas em IA torna esse debate ainda mais urgente. Afinal, quanto maior a digitalização da economia, maior será a dependência de redes internacionais de alta capacidade, baixa latência e elevada disponibilidade.

Um momento decisivo para a infraestrutura brasileira

O Brasil reúne condições privilegiadas para consolidar sua posição como principal hub digital da América Latina. Sua localização geográfica permite conexões estratégicas entre América do Sul, América do Norte, Europa e África, enquanto o mercado interno continua expandindo rapidamente a demanda por serviços digitais, data centers e computação em nuvem.

Esse cenário tem impulsionado investimentos contínuos em infraestrutura de conectividade, especialmente em redes ópticas internacionais e sistemas de cabos submarinos, que representam a espinha dorsal da economia digital.

Nesse contexto, a Cirion conecta a América Latina como uma única plataforma digital pan-americana: própria, neutra e resiliente, desenhada para que hyperscalers, carriers, ISPs e grandes empresas operem do México à Patagônia com escala, baixa latência e continuidade. Sua infraestrutura integra mais de 32 mil km de redes Long Haul e mais de 50 mil km de fibra submarina, combinando alcance regional com capacidade internacional para suportar o tráfego crítico da economia digital.

Entretanto, a expansão dessa infraestrutura precisa caminhar junto com maior resiliência operacional. A concentração de diversos sistemas em poucos pontos de aterragem (landing stations) passou a ser uma preocupação crescente entre autoridades regulatórias. Em 2025 e 2026, a Anatel intensificou esse debate ao defender mecanismos que promovam maior diversificação geográfica, redução de riscos operacionais e fortalecimento da segurança física e cibernética desses ativos estratégicos.

A evolução regulatória como indutora de investimentos

O ambiente regulatório brasileiro vive um momento particularmente relevante. Como parte da Agenda Regulatória 2025-2026, a Anatel abriu uma Tomada de Subsídios para discutir uma atualização das regras aplicáveis aos cabos submarinos, abordando temas como: segurança física e cibernética; governança institucional; monitoramento e transparência; procedimentos de implantação e manutenção; incentivos à expansão da infraestrutura; e cooperação internacional.

A iniciativa demonstra uma mudança importante de perspectiva. A infraestrutura internacional deixa de ser vista apenas como um tema técnico para assumir papel estratégico nas políticas públicas voltadas à transformação digital do país.

Outro aspecto relevante diz respeito aos processos de implantação e manutenção. Hoje, além das autorizações da Anatel, projetos de cabos submarinos envolvem órgãos como Marinha do Brasil, IBAMA, Secretaria do Patrimônio da União (SPU) e diferentes instâncias estaduais e municipais. O próprio regulador reconhece que a simplificação e coordenação desses processos pode reduzir prazos, aumentar a previsibilidade para investidores e elevar a competitividade brasileira na atração de novos sistemas internacionais.

Conectividade e data centers caminham juntos

A expansão dos data centers na América Latina cria uma dinâmica para o mercado de conectividade. Grandes instalações de processamento de dados exigem capacidade internacional crescente, baixa latência e múltiplas rotas de comunicação para garantir continuidade operacional.

Segundo a Gartner, os gastos globais com sistemas de data center devem ultrapassar US$ 788 bilhões em 2026, com crescimento de 55,8%, impulsionados pela demanda por infraestrutura de IA e cloud hyperscale. Essa projeção reforça que conectividade internacional, rotas submarinas resilientes e data centers conectados precisam ser planejados como uma única infraestrutura crítica para sustentar a próxima etapa da economia digital.

Em virtude disso, cabos submarinos e data centers deixam de ser investimentos independentes para formar um único ecossistema de infraestrutura digital. Quanto maior a disponibilidade de rotas internacionais, maior a atratividade para novos investimentos em nuvem, inteligência artificial, serviços financeiros, conteúdo digital e aplicações críticas. Essa integração fortalece a competitividade do Brasil como plataforma regional para serviços digitais de alta capacidade.

Essa visão também se materializa na capilaridade local: a Cirion conta com 22 mil km de redes Metro para aproximar alta capacidade dos lugares onde o negócio acontece — cidades, edifícios corporativos, clientes, nuvens e pontos críticos de interconexão —, além de mais de 160 data centers conectados, habilitando um ecossistema neutro para que empresas, hyperscalers, carriers e ISPs escalem com segurança, baixa latência e continuidade operacional.

Infraestrutura crítica exige visão de longo prazo

A experiência internacional demonstra que a expansão da infraestrutura digital depende da combinação entre investimentos privados, previsibilidade regulatória e coordenação institucional.

Para empresas como a Cirion, que operam infraestrutura crítica de conectividade na América Latina, esse momento repesenta uma oportunidade para contribuir com a construção de um ambiente regulatório moderno, capaz de ampliar a segurança das redes sem comprometer a inovação e a velocidade dos investimentos.

Mais do que conectar continentes, os cabos submarinos conectam economias, viabilizam novos negócios e sustentam a transformação digital de governos, empresas e da sociedade.

Fortalecer essa infraestrutura significa preparar o Brasil para um futuro em que competitividade, soberania digital e desenvolvimento econômico estarão cada vez mais associados à capacidade de transportar dados de forma segura, resiliente e eficiente.

Do México à Patagônia, a infraestrutura própria, neutra e resiliente da Cirion ajuda a transformar a América Latina em uma plataforma digital preparada para IA, nuvem, interconexão e crescimento sustentável.

"Os cabos submarinos deixaram de ser apenas infraestrutura de telecomunicações para se tornarem ativos estratégicos da economia digital. À medida que cresce a demanda por inteligência artificial, computação em nuvem e serviços digitais, o Brasil precisa combinar investimentos em conectividade com um ambiente regulatório moderno, que fortaleça a segurança, a resiliência das redes e a previsibilidade para novos projetos, afirma Augusto Salomon, presidente Brasil da Cirion.

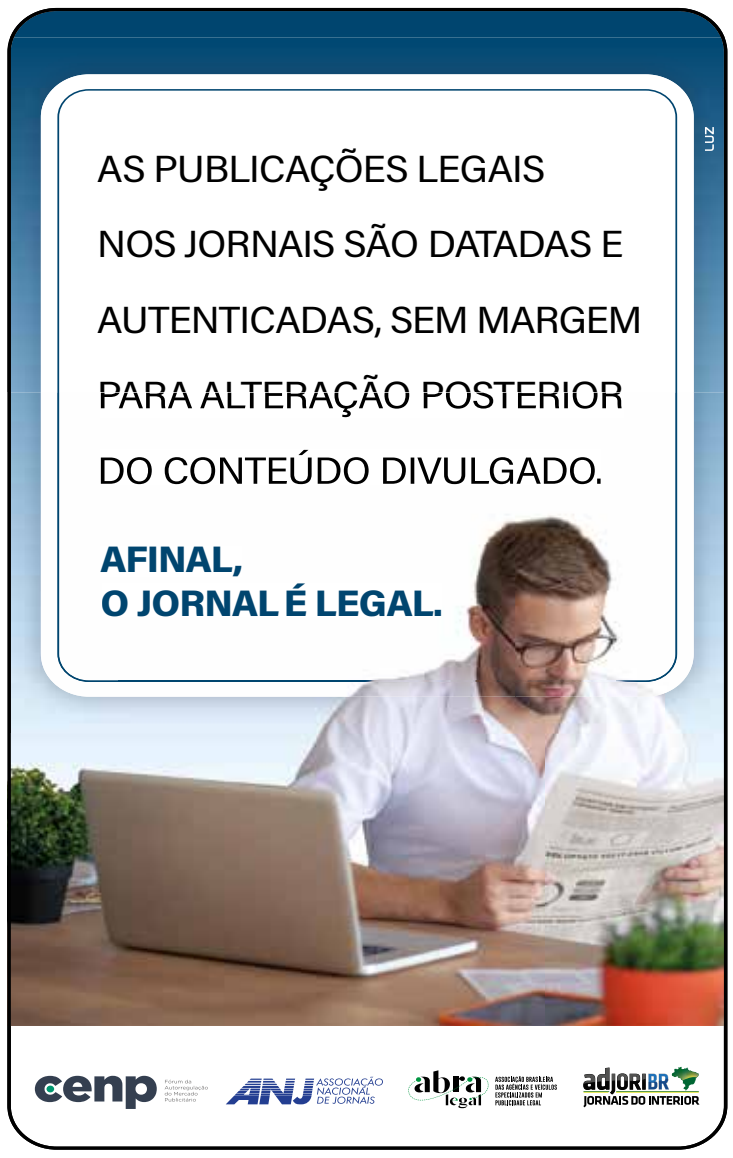
"Na Cirion, entendemos que conectividade internacional, data centers e infraestrutura de nuvem fazem parte de um mesmo ecossistema. Investir na expansão e na diversificação das rotas internacionais é investir na competitividade do Brasil, na atração de novos negócios e na construção de uma infraestrutura digital preparada para os desafios das próximas décadas", completa.

YPF Lubrificantes lança plataforma digital com busca de aplicações, treinamentos e suporte técnico

A YPF Lubrificantes amplia sua presença digital no mercado brasileiro com o lançamento de seu Buscador de Óleo, uma plataforma gratuita desenvolvida para facilitar a identificação do produto YPF Lubrificantes ideal e ampliar o acesso a informações técnicas confiáveis. Disponível para dispositivos Android e iOS, o aplicativo reúne busca de aplicações, treinamentos, conteúdos especializados e um canal direto de relacionamento com a marca, apoiando oficinas, distribuidores, aplicadores e consumidores na correta especificação e utilização dos produtos.

Com interface intuitiva, o Buscador de Óleo permite consultar o lubrificante recomendado por meio da placa ou da marca e modelo do veículo, contemplando toda a frota brasileira de veículos leves e pesados. A ferramenta considera não apenas as especificações das montadoras, mas também as evoluções mais recentes da indústria de lubrificantes, oferecendo recomendações atualizadas e alinhadas às tecnologias disponíveis no mercado, inclusive para veículos cujos manuais estejam defasados em relação aos produtos mais modernos.

Além da consulta de aplicações, é possível acessar as fichas técnicas completas dos produtos por meio de um botão que direciona o usuário ao site da marca e uma área exclusiva dedicada a treinamentos e conteúdos técnicos, reunindo vídeos, materiais educativos e conteúdos desenvolvidos pela própria YPF Lubrificantes e por parceiros especializados. Os usuários podem ainda realizar pesquisas por temas específicos, tornando o acesso às informações mais rápido e direcionado às necessidades do dia a dia.



SIFRA S/A

CNPJ/MF sob nº 03.729.970/0001-10 - NIRE 35.300.196.392

Edital de Convocação para a Assembléia Geral Ordinária e Extraordinária a ser Realizada em 24 de Agosto de 2026

A diretoria da Sifra S/A, sociedade anônima, com sede na Rua Dr. Eduardo de Souza Aranha, 153, conjunto 31, Vila Nova Conceição, São Paulo - SP, CEP 04543-904, com seus atos constitutivos arquivados na Junta Comercial do Estado de São Paulo ("JUCESP") sob o NIRE 35.300.196.392, inscrita no CNPJ/MF sob nº 03.729.970/0001-10 ("Companhia"), vem pela presente, nos termos do artigo 124 da Lei nº 6.404/1976, convocar os acionistas da Companhia para se reunirem em Assembleia Geral Ordinária e Extraordinária a ser realizada no dia 24 de agosto de 2026, às 11 (onze) horas, na sede da Companhia, a fim de examinar, discutir e deliberar sobre a seguinte ordem do dia: **Em Assembleia Geral Ordinária: 1.** Tomar as contas dos administradores e examinar, discutir e votar as demonstrações financeiras relativas ao exercício social encerrado em 31/12/2025; e **2.** Deliberar sobre a destinação do resultado do exercício social encerrado em 31/12/2025, incluindo a absorção do prejuízo apurado. **Em Assembleia Geral Extraordinária: 3.** Tomar conhecimento da renúncia apresentada pelo Sr. Roberto Carlos Pestana Filho ao cargo de Diretor da Companhia. **Luis Geraldo Schonenberg - Diretor. (14, 15 e 18)**

Centro Trasmontano de São Paulo

CNPJ nº 62.638.374/0001-94

Edital de Convocação – Assembleia Geral Extraordinária

Senhores associados: Em conformidade com o Art. 47, inciso II, de seu Estatuto Social, convoca seus associados para a Assembleia Geral Extraordinária, a realizar-se no dia **26/08/2026** (quarta-feira), às **16:30 horas**, no Auditório Augusto do Nascimento Mesquita, situado à Rua Tabatinguera, 294, 2º andar, Centro, São Paulo/SP, para deliberarem sobre a **ORDEM DO DIA**: - I - Ratificação do afastamento do cargo de Diretor Presidente do CENTRO TRASMONTANO DE SÃO PAULO, cargo ocupado pelo Sr. Fernando José Moredo. - II - Substituição de Membro da Comissão Especial Acusatória. A abertura ocorrerá em 1ª chamada com mínimo de 200 associados ou, em 2ª chamada, 30 minutos após, com qualquer número de presentes, conforme o Art. 47, § 3º do Estatuto Social. **OBSERVAÇÃO: É indispensável a identificação como associado ativo para a participação.** São Paulo, 17 de agosto de 2.026. No exercício do cargo de Presidente da Assembleia Maria Eugenia Gloria Garcia Marañon Terrivel

NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL DE QUITAÇÃO DE CONTRATO

NOTIFICANTE: COOPERATIVA DE CRÉDITO, POUPANÇA E INVESTIMENTO NORTE SUL – SICREDI NORTE SUL, instituição financeira cooperativa, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 79.063.574/0001-69, com sede na Rua 24 de Maio, nº 106-A, Vila J. Mascaro, na cidade de Santo Antônio da Platina, Estado do Paraná, CEP 86.430-000. **NOTIFICADOS: 3F COMÉRCIO DE COMBUSTÍVEIS LTDA,** pessoa jurídica de direito privado, regularmente inscrita no CNPJ/MF sob o nº 37.872.060/0001-04, nome fantasia "Bom Jesus Autoposto", com sede na Rua Cambará, nº 47, Bairro Jardim Matilde, na cidade de Ourinhos, Estado de São Paulo CEP 19.901-000, endereço eletrônico fioravantefilho@hotmail.com, telefone (14) 9 9882-1317, na pessoa de seu representante legal, Sr. Sergio Riberto Fioravante Filho, inscrito no CPF/MF sob o nº 008.802.769-40; **MARIA DO CARMO MASSARI FIORAVANTE,** brasileira, casada, regularmente inscrita no CPF/MF sob o nº 002.297.888-74, residente e domiciliada na Avenida Ourinhos, nº 434, Bairro Jardim Lago Encantado, na cidade de Salto Grande, Estado de São Paulo, CEP 19.923-020, endereço eletrônico não informado; **SERGIO RIBERTO FIORAVANTE FILHO,** brasileiro, solteiro, administrador, regularmente inscrito no CPF/MF sob o nº 008.802.769-40, residente e domiciliado na Avenida Ourinhos, nº 434, Bairro Jardim Lago Encantado, na cidade de Salto Grande, Estado de São Paulo, CEP 19.923-020, endereço eletrônico fioravantefilho@hotmail.com, telefone (14) 9 9882-1317; **SERGIO RIBERTO FIORAVANTE,** brasileiro, casado, direito geral de empresa, regularmente inscrito no CPF/MF sob o nº 017.069.118-74, residente e domiciliado na Avenida Ourinhos, nº 434, Bairro Jardim Lago Encantado, na cidade de Salto Grande, Estado de São Paulo, CEP 19.923-020, endereço eletrônico fioravantefilho@hotmail.com. Na data de 07 de agosto de 2023, a empresa emitente **3F Comércio de Combustíveis LTDA**, emitiu, junto à Cooperativa Credora NOTIFICANTE, a Cédula de Crédito Bancário nº **C31732081-1**, no valor de **R$1.517.485,00 (um milhão, quinhentos e dezessete mil, quatrocentos e oitenta e cinco reais).** Importante frisar que a operação restou garantida pela alienação fiduciária do imóvel de matrícula **nº 61.793, do Serviço de Registro de Imóveis de Ourinhos/SP.** Após a inadimplência do crédito e observado o procedimento extrajudicial e de leilão público estabelecidos pela Lei nº. 9.514/1997, sem que houvesse êxito na alienação do bem, a NOTIFICANTE **dá plena e geral QUITAÇÃO aos NOTIFICADOS** da totalidade do débito correspondente à operação de crédito acima mencionada. Caso os NOTIFICADOS ainda exerçam a posse direta sobre o imóvel em questão, matrícula **nº 61.793, do Serviço de Registro de Imóveis de Ourinhos/SP**, serve também a presente **NOTIFICAÇÃO EXTRAJUDICIAL** para que providenciem a desocupação do bem, no prazo máximo de **30 (trinta) dias**. Caso contrário, a NOTIFICANTE adotará todas as medidas judiciais cabíveis para resguardar seus direitos decorrentes da propriedade, em especial, para sua legítima imissão na posse do imóvel. **COOPERATIVA DE CRÉDITO, POUPANÇA E INVESTIMENTO NORTE SUL – SICREDI NORTE SUL.** Neste ato representada por **BRUNA CELA ZEQUIN, OAB/PR 85.622.**

Anonimização e Inteligência Artificial

Marco Zorzi (*)

No início de julho, o European Data Protection Board (EDPB) publicou, para consulta pública, duas importantes minutas de diretrizes relacionadas à proteção de dados e inteligência artificial

Os documentos tratam de temas que vêm ocupando posição central no debate regulatório internacional: os critérios para que um conjunto de dados seja considerado efetivamente anonimizado e os limites jurídicos da utilização de técnicas de web scraping para treinamento de modelos de inteligência artificial generativa.

Embora as orientações tenham sido elaboradas no contexto do Regulamento Geral de Proteção de Dados da União Europeia (GDPR), os temas abordados possuem evidente relevância também para organizações sujeitas à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), sobretudo diante da crescente utilização de sistemas de IA baseados em grandes volumes de dados.

No que se refere à anonimização, o EDPB reforça uma premissa que já vinha sendo construída pela jurisprudência europeia, a de que a eliminação de identificadores diretos não é suficiente, por si só, para retirar determinado conjunto de informações do regime de proteção de dados pessoais. A análise deve considerar o risco concreto de reidentificação, levando em conta os meios razoavelmente disponíveis para que uma pessoa possa voltar a ser identificada.

Como ferramenta prática, as diretrizes propõem um modelo de avaliação baseado em três aspectos, a saber: a impossibilidade de individualizar registros específicos, a impossibilidade de relacionar informações provenientes de diferentes bases de dados e a impossibilidade de extrair inferências capazes de identificar indivíduos. A adoção desse tipo de metodologia demonstra uma tendência regulatória de substituir critérios meramente formais por avaliações baseadas em risco.

Outro ponto de destaque envolve o uso de web scraping para treinamento de modelos de inteligência artificial. O EDPB esclarece que o simples fato de determinada informação estar disponível na internet não afasta a incidência da legislação de proteção de dados quando houver tratamento de dados pessoais. Assim, atividades automatizadas de coleta, armazenamento e utilização dessas informações continuam sujeitas aos princípios da finalidade, transparência, minimização e necessidade de uma base jurídica adequada.

As diretrizes também enfrentam uma questão particularmente relevante para empresas que desenvolvem ou utilizam soluções de IA: a utilização do legítimo interesse como fundamento jurídico para operações de coleta de dados na internet. Embora essa base legal possa ser utilizada em determinadas circunstâncias, sua aplicação exige avaliação criteriosa, documentação adequada e ponderação dos impactos sobre os direitos e liberdades dos titulares. O documento ainda dedica especial atenção à coleta incidental de dados sensíveis, deixando claro que não existe uma exceção geral para esse tipo de tratamento apenas porque ele ocorre durante processos automatizados de treinamento de modelos.

Ainda que permaneçam em consulta pública, essas diretrizes oferecem importantes sinais sobre a direção da regulação internacional. A tendência é de que o debate sobre inteligência artificial deixe de se concentrar apenas nos modelos e algoritmos, passando a dedicar atenção crescente à origem, qualidade e governança dos dados utilizados em seu treinamento.

Para empresas brasileiras, especialmente aquelas que desenvolvem ou utilizam ferramentas baseadas em IA generativa, o momento é oportuno para revisar políticas de tratamento de dados, mecanismos de anonimização, processos de governança de bases de treinamento e avaliações de legítimo interesse. Ainda que a ANPD não tenha publicado orientações específicas sobre esses temas, é razoável esperar que discussões semelhantes passem a integrar, em futuro próximo, a agenda regulatória nacional.

(*) Advogado da Andersen Ballão Advocacia, especialista em Direito Digital.

Como se preparar para a transição de carreira em um mercado transformado pela IA

Estudo da Brookings Institution estima que 37 milhões de trabalhadores nos Estados Unidos estão altamente expostos às mudanças provocadas pela Inteligência Artificial

No Brasil, essa transformação já aparece nas discussões corporativas: uma pesquisa da Korn Ferry realizada em setembro de 2024 identificou que as empresas enxergam potencial para o uso da IA Generativa em diferentes áreas de Recursos Humanos.

E a maior expectativa está em People Analytics, área em que 30% dos participantes classificaram como "muito alto" o potencial de uso da tecnologia. Esse cenário desloca a pergunta central, que deixa de ser apenas quais funções serão transformadas pela IA e passa a envolver como empresas e profissionais podem conduzir transições de carreira e desenvolver novas competências.

ismagilov_CANVA

O desafio de recomeçar

A Inteligência Artificial está acelerando as mudanças no mercado de trabalho e aumentando a necessidade de adaptação profissional. Cerca de 30% dos trabalhadores americanos mudam de emprego todos os anos, o equivalente a aproximadamente 50 milhões de pessoas. Com a expansão da IA, profissionais de diferentes áreas podem precisar adquirir novas habilidades, migrar para outras funções ou reconstruir suas trajetórias.

A mudança, contudo, vai além do treinamento. Para quem construiu uma carreira inteira em determinada área, tornar-se iniciante novamente pode significar perder temporariamente os sinais de competência, status e pertencimento construídos ao longo dos anos. A adaptação envolve novos conhecimentos, ambientes de trabalho e, em muitos casos, a conciliação entre trabalho e formação. Em geral, uma transição para uma nova área pode levar cerca de três anos.

"A transição de carreira deixou de ser um evento isolado na vida profissional. Em um ambiente de transformação acelerada, as pessoas precisam estar preparadas para aprender, reaprender e aplicar suas competências em novos contextos. Para as empresas, o desafio é criar condições para que essa mudança aconteça de forma estruturada", afirma a Korn Ferry.

O que a Korn Ferry faria para resolver?

A solução passa por uma estratégia estruturada de transição. Em vez de tratar a requalificação como uma ação isolada, a empresa precisa compreender o que está mudando, quais competências serão necessárias e como aproveitar a experiência que os profissionais já possuem.

O passo a passo

1. **Identificar o que está mudando:** mapear as funções e competências transformadas pela Inteligência Artificial, compreender as habilidades disponíveis na organização e identificar as lacunas que precisarão ser preenchidas;
2. **Explicar a mudança e preparar as pessoas:** comunicar o que está mudando, por que a transformação é necessária e quais caminhos podem ser construídos. A requalificação precisa fazer parte de uma estratégia de adaptação profissional;
3. **Conectar competências existentes a novas oportunidades:** uma mudança de carreira não significa necessariamente começar do zero. A empresa deve identificar quais competências são transferíveis e como a experiência acumulada pode ser aplicada em novas funções;
4. **Sustentar a transição no longo prazo:** a adaptação não termina com um treinamento ou a chegada a uma nova função. Como a mudança pode levar anos para se consolidar, o desenvolvimento precisa ser contínuo.

"Uma mudança de carreira não significa necessariamente abandonar tudo o que foi construído. Muitas competências são transferíveis e podem ganhar valor em novas funções. O trabalho está em identificar essas conexões e preparar o profissional para aplicá-las em um contexto diferente", afirma.

No curto prazo, a empresa deve identificar as habilidades críticas e preparar os profissionais para as mudanças mais imediatas. No longo prazo, é necessário a construção de uma cultura de transição contínua, preparando a força de trabalho para diferentes funções e possibilidades.

Atualmente, a Inteligência Artificial está tornando as transições de carreira mais frequentes e complexas. O desafio das organizações está em dar a esse processo um formato estratégico, identificando o que está mudando, explicar a transformação, conectar competências existentes a novas oportunidades e sustentar o desenvolvimento ao longo do tempo.

O futuro do trabalho exige uma mudança na forma como as organizações enxergam carreira e desenvolvimento. Em um mercado no qual a IA redefine funções e competências, a capacidade de aprender, se adaptar e desenvolver novas habilidades precisa ser tratada como parte estratégica da força de trabalho, ao longo de sucessivas transformações tecnológicas.

A experiência acumulada continua relevante, conectada às novas demandas do mercado em um processo contínuo de desenvolvimento.

Associação debate futuro das remessas expressas

A Associação Brasileira das Empresas de Transporte Internacional Expresso de Cargas (Abraec) realizou, na semana passada, a 2ª Semana das Remessas Expressas, em Brasília, com uma agenda de encontros que reuniu representantes do poder executivo, Congresso Nacional, órgãos reguladores e entidades empresariais para discutir os desafios e as perspectivas das remessas expressas internacionais no Brasil. Temas como o tratamento das remessas expressas, os impactos da MP 1.357/2026, a Reforma Tributária, a competitividade da carga aérea, a infraestrutura logística, a segurança das operações e a importância do setor para o comércio exterior foram exaustivamente discutidos.

Diretora executiva da Abraec, Lara Gurgel destacou que desempenha um papel estratégico para a conectividade e o comércio exterior brasileiro: "O modelo de transporte integrado porta a porta envolve não apenas o transporte aéreo, mas também frotas terrestres e diferentes estruturas logísticas necessárias para conectar remetentes e destinatários em todo o território nacional, inclusive regiões remotas, ao mercado internacional".

A tributação também esteve entre os principais temas da agenda. "Defendemos uma tributação equilibrada e regras que permitam às empresas manter investimentos e ampliar a eficiência das operações, sem comprometer o acesso a produtos, peças, componentes e insumos que, muitas vezes, não possuem similar disponível no Brasil", resumiu.

Como escalar entregas rápidas sem perder eficiência

Norton Canali (*)

O crescimento do e-commerce brasileiro coloca um novo desafio para as empresas: vender mais sem deixar que a operação se torne um gargalo. As projeções da Associação Brasileira de Inteligência Artificial e E-commerce (ABIACOM) para 2026 apontam que o setor deve alcançar R$ 258 bilhões em faturamento, com ticket médio de R$ 564,96 e a entrada de dois milhões de novos compradores. A expectativa é que o mercado mantenha uma curva de crescimento de 10% ao ano até 2029, quando deve atingir R$ 343 bilhões. Esse ritmo de crescimento que já soma uma alta acumulada de 63% no faturamento do e-commerce brasileiro entre 2021 e 2025 e se traduz em um volume cada vez maior de entregas fracionadas, feitas pacote por pacote, endereço por endereço, tornando a última milha a etapa mais cara e mais difícil de escalar em toda a cadeia logística.

O avanço representa uma oportunidade para varejistas e marcas digitais ao mesmo tempo em que aumenta a pressão sobre toda a cadeia logística. Quanto maior o volume de pedidos, maior a necessidade de estruturas capazes de garantir velocidade, controle e previsibilidade. Além disso, uma operação preparada para um determinado nível de demanda pode rapidamente perder eficiência quando precisa acompanhar um crescimento acelerado.

A entrega deixou de ser apenas uma etapa final da jornada de compra. Ela influencia diretamente a decisão do consumidor, a percepção sobre a marca e a possibilidade de recompra. O prazo informado no momento da compra precisa ser sustentado por uma operação que funcione de forma integrada, desde a gestão do estoque até a expedição do pedido.

Esse cenário exige uma mudança de olhar sobre a logística. A busca por entregas mais rápidas não depende apenas de reduzir o tempo de transporte, mas de estruturar processos que permitam que os pedidos sejam preparados e encaminhados com agilidade. Quando a operação cresce sem planejamento, problemas como atrasos na separação, falta de visibilidade sobre estoques e sobrecarga das equipes passam a comprometer a experiência do cliente. Não por acaso, operações que ainda dependem de roteirização manual, romaneios impressos e comunicação por aplicativos de mensagens para organizar entregas enfrentam mais dificuldade para sustentar prazos à medida que o volume de pedidos aumenta, o que mudou nos últimos anos não foi apenas a quantidade de pedidos, mas a própria forma de organizar e executar a entrega.

Com isso, modelos como o Ship From CD/Hub ganham relevância. Ao utilizar centros de distribuição e hubs estrategicamente posicionados para a preparação e envio dos pedidos, as empresas conseguem criar uma estrutura organizada e eficaz para atender diferentes regiões, mantendo maior controle operacional e capacidade de escala.

A centralização inteligente dos processos permite atingir níveis maiores de eficiência. Com fluxos padronizados, melhor gestão de estoque e maior previsibilidade na expedição, a operação responde melhor às oscilações de demanda, como períodos promocionais e datas sazonais. E o objetivo não é apenas movimentar produtos mais rapidamente, mas criar uma base logística capaz de sustentar o crescimento. A tecnologia é o que viabiliza essa centralização de forma inteligente: sistemas de roteirização, rastreamento em tempo real e torres de controle digitais permitem enxergar toda a operação de ponta a ponta e agir antes que um atraso pontual se transforme em um problema de escala.

A localização dessas estruturas também é determinante. A proximidade dos hubs em relação aos principais centros consumidores reduz distâncias e contribui para a construção de modelos de entrega mais ágeis, incluindo operações Next Day em determinadas regiões. Esse ganho de tempo impacta diretamente a experiência do consumidor, que espera cada vez mais conveniência e transparência durante todo o processo de compra.

Para empresas em expansão, a logística precisa deixar de ser vista apenas como uma área operacional e passar a ser considerada parte da estratégia de crescimento. A venda conquistada por uma campanha de marketing só se transforma em resultado quando a empresa consegue entregar o produto no prazo prometido e com a qualidade esperada.

Portanto, um dos principais desafios do e-commerce é transformar o aumento de demanda em crescimento sustentável. Escalar uma operação não significa apenas processar mais pedidos, mas garantir que cada etapa acompanhe a evolução sem gerar perda de eficiência ou aumento descontrolado de complexidade.

O futuro das entregas rápidas demanda a combinação entre tecnologia, planejamento e infraestrutura adequada. Reduzir prazos é importante, mas criar uma operação previsível, capaz de manter a qualidade mesmo em momentos de alta demanda, é o que permite que empresas cresçam de forma consistente. O mercado já mostra o custo de não se adaptar: os Correios registraram prejuízo recorde de R$ 8,5 bilhões em 2025, com projeção de chegar a R$ 10 bilhões em 2026, e a FedEx encerrou suas entregas domésticas no Brasil após 37 anos de operação, movimentos que refletem a dificuldade de sustentar um modelo tradicional, pouco digitalizado, diante do novo volume e da nova complexidade do e-commerce. Do outro lado, operações que investiram em tecnologia como roteirização inteligente, rastreamento em tempo real e gestão digital de rotas, conseguiram escalar entregas sem perder o controle. A tecnologia deixou de ser um diferencial e passou a ser a base que sustenta a velocidade, a visibilidade e a confiabilidade que o e-commerce exige hoje.

(*) Diretor comercial da EuEntrego.com, logtech que conecta varejistas com a maior rede de entregadores autônomos do Brasil. – E-mail: euentrego@nbpress.com.br.

Carreiras não lineares: o mercado mudou ou mudaram as competências que geram valor?

Por muito tempo, construir uma carreira de sucesso significava seguir um caminho relativamente previsível: estudar, ingressar em uma empresa, crescer gradativamente na hierarquia e, ao final da trajetória, aposentar-se após décadas de dedicação à mesma organização ou ao mesmo setor

Hoje, por mais que esse modelo não esteja errado, deixou de ser a única alternativa para a progressão profissional.

alexsl_CANVA

O ambiente de negócios se torna cada vez mais complexo, especialmente em decorrência dos impactos dos avanços tecnológicos, que transformaram, praticamente, todas as profissões e os desafios que as organizações enfrentam diariamente. O relatório "Future of Jobs 2025", do Fórum Econômico Mundial, comprova este cenário: segundo seus dados, 59% da força de trabalho mundial precisará passar por requalificação ou aprimoramento de competências até 2030.

Nesse contexto, a discussão sobre carreiras lineares ou não lineares ganha espaço. Mas, ao invés de questionarmos qual caminho tende a ser mais benéfico, a pergunta central deveria ser: quais competências tornam um profissional relevante em um mundo de mudanças constantes?

Dentre as respostas essenciais para esse ponto, o conhecimento continua sendo extremamente importante, mas já não é suficiente. Isso porque, durante décadas, as empresas buscavam profissionais que já tivessem enfrentado um determinado desafio, partindo de um raciocínio simples: quem já fez, tende a repetir o sucesso. Hoje, boa parte dos desafios corporativos não possui precedentes.

Usando o caso da inteligência artificial, como exemplo: qual a melhor forma de incorporá-la aos processos de negócio? Em relação às diferentes gerações trabalhando juntas nos ambientes corporativos, como liderar equipes diversas nesse sentido, mantendo a satisfação e produtividade de todos? Pensando nos constantes avanços tecnológicos, como as empresas podem acelerar uma transformação digital, sem perder eficiência operacional? E, considerando todos esses fatores juntos, como podem desenvolver novos modelos de negócio diante de mudanças tão rápidas?

Não existe um manual para todas essas perguntas, muito menos uma regra que poderia ser seguida por todas as organizações. Por isso, muitas empresas passaram a valorizar não apenas a experiência acumulada, mas a capacidade de aprender, adaptar-se e construir soluções em ambientes de incerteza – fazendo com que o diferencial competitivo deixasse de ser apenas "o que o profissional sabe", e passasse a incluir "a velocidade com que ele consegue aprender algo novo e transformar esse conhecimento em resultado".

A adaptabilidade também se tornou um ativo estratégico do mercado atual. Por mais que a experiência anterior continue sendo importante, competências como aprendizagem contínua, pensamento crítico, influência, inteligência emocional, resiliência e leitura de contexto passaram a exercer um papel decisivo, de forma que tenham times capazes de navegar diante de cenários imprevisíveis, que não possuam um caminho claramente definido. Unir profundidade técnica com visão ampla de negócios é o que tende a ser cada vez mais valorizado.

Neste cenário, profissionais que atuaram em diferentes setores, lideraram projetos distintos, viveram culturas organizacionais variadas ou assumiram desafios fora da zona de conforto, costumam desenvolver um repertório mais amplo para resolver problemas complexos. Não porque mudaram mais de empresa, mas porque aprenderam a se adaptar a novos contextos – o que facilita a compreensão do porquê trajetórias diversas passaram a ser mais valorizadas.

Essa transformação também altera a forma como enxergamos a liderança. Enquanto, no passado, esperava-se que o líder tivesse as respostas prontas para todas as ocasiões, hoje, é desejado que tenha a capacidade de desenvolver pessoas que encontrem respostas para problemas que ainda nem existem. Isso, na prática, exige criar ambientes de aprendizagem contínua, incentivar a experimentação responsável, promover a colaboração entre áreas e estimular a autonomia. Mais do que gerir equipes, liderar passa a significar desenvolver a capacidade adaptativa da organização.

Nesse cenário, o RH assume um papel ainda mais estratégico. Sua responsabilidade vai além de preencher vagas ou estruturar programas de treinamento, devendo criar mecanismos que acelerem o desenvolvimento organizacional por meio de mobilidade interna, job rotation, projetos multidisciplinares, mentorias, comunidades de prática e iniciativas que ampliem a troca de conhecimento entre diferentes áreas.

No fim, o mercado não recompensa quem muda mais de empresa, nem quem permanece mais tempo em uma única organização. Da mesma forma que profissionais que permanecem muitos anos em uma organização continuam construindo trajetórias extraordinárias quando mantêm curiosidade, ampliam responsabilidades e seguem aprendendo; carreiras não lineares podem gerar vantagem competitiva quando cada mudança representa evolução, desenvolvimento e ampliação de repertório.

Em um mundo marcado pela transformação tecnológica e pela imprevisibilidade dos negócios, talvez a principal competência profissional não seja dominar todas as respostas, mas a capacidade de aprender continuamente, adaptar-se rapidamente e liderar com confiança, mesmo quando o caminho ainda está sendo construído.

(Fonte: Thiago Xavier é headhunter e sócio da Wide Executive Search, boutique de recrutamento executivo focado em posições de alta e média gestão).

ESPAÇO JURÍDICO

Giovanna Araujo (*)

A IA leu tudo de graça — e o Brasil resolveu mandar a conta

Em 20 de julho, a Justiça americana homologou o maior acordo de direitos autorais da história: a Anthropic, criadora do chatbot Claude, pagará US$ 1,5 bilhão a autores de cerca de 482 mil livros — uns US$ 3 mil por obra. O detalhe que muda tudo: a empresa não foi condenada por treinar sua IA com livros, e sim por tê-los baixado de bibliotecas piratas. O mesmo juiz entendeu que treinar com obras adquiridas legalmente é "fair use", o uso justo do direito americano. Em resumo: nos Estados Unidos, a máquina pode ler tudo — desde que não roube o exemplar.

O mundo seguiu por trilhas parecidas. O Japão liberou expressamente a mineração de textos e dados. A União Europeia permite o uso, salvo oposição do autor — o chamado opt-out —, modelo que o Reino Unido estuda copiar. A régua global é uma só: a inovação passa primeiro; o autor, se reclamar.

O Brasil escolheu a contramão. O PL 2338, aprovado no Senado em dezembro de 2024, dedica um capítulo aos direitos autorais: obriga as empresas a identificar as obras usadas no treinamento, garante ao titular o direito de vetar o uso e — eis a ruptura — de ser remunerado quando sua obra alimentar sistemas comerciais de IA. A exceção vale só para pesquisa, jornalismo, museus, bibliotecas e educação. Nenhuma grande jurisdição foi tão longe na proteção do autor.

E não foi improviso: foi coerência. A Lei 9.610/98 exige autorização prévia e expressa para qualquer utilização de obra protegida (arts. 28 e 29) e traz um rol fechado de exceções (art. 46) — mineração de dados não está nele. A rigor, treinar IA com obra protegida no Brasil já depende de licença hoje. O PL não cria o direito; organiza a cobrança.

Os argumentos dos autores têm força. Sem remuneração, a IA devora a própria fonte: segundo a Ajor, um quarto dos portais de notícias brasileiros perdeu mais de 20% de audiência em 2025, corroída por resumos automáticos que dispensam o clique. Quem produzirá o conteúdo que treinará a próxima geração de modelos? Mas há fragilidades: ninguém explicou como medir o uso de cada obra dentro de um modelo — o próprio relator, Aguinaldo Ribeiro, questiona a operacionalidade — e um regime caro pode empurrar o treinamento para o exterior, deixando o autor brasileiro sem lei e sem cheque, como alertou Sérgio Branco, do ITS, no debate do dia 3 de agosto no Congresso.

As big techs também têm um ponto: exigir licença prévia de milhões de obras pode inviabilizar modelos nacionais, aprofundando nossa dependência de sistemas estrangeiros — treinados, ironicamente, sem pagar nada a ninguém. A fraqueza do argumento é evidente: "todo mundo copiou" nunca foi tese jurídica, e a fatura de US$ 1,5 bilhão da Anthropic prova que ignorar autores saiu caro até onde a lei é mais generosa com a máquina.

No fundo, é a tensão clássica da governança de IA: regulação fraca permite danos; regulação excessiva sufoca a inovação — e o Brasil testará esse equilíbrio na pele. Enquanto isso, a comissão especial da Câmara não se reúne desde novembro, e a votação ficou para depois das eleições. O Brasil tem em mãos a chance de ser vanguarda — ou o risco de virar ilha: proteger o autor no papel e perder a indústria na prática. Entre a conta justa e a conta impagável, o Congresso ainda não decidiu qual entregar. Só não vale fingir que a IA seguirá lendo de graça para sempre.

(*) - Sócia do Araujo Advs - advogada especializada em Governança de Inteligência Artificial

Confiança se torna principal desafio da IA no recrutamento, aponta pesquisa do Indeed

Embora 57% dos brasileiros apoiem o uso da inteligência artificial em processos seletivos, candidatos defendem transparência e participação humana nas decisões de contratação. Nos últimos anos, a inteligência artificial deixou de ser uma novidade no recrutamento e passou a fazer parte da rotina de empresas e candidatos. Com presença cada vez maior nos processos seletivos, surge uma nova discussão: até onde a tecnologia deve participar das decisões de contratação? É o que revela uma pesquisa do Indeed, o site de empregos nº 1 do mundo e líder para contratações. Embora 57% dos brasileiros entrevistados sejam favoráveis ao uso da inteligência artificial pelas empresas em processos seletivos, a aceitação da tecnologia não significa confiança irrestrita.

Os dados mostram que os candidatos reconhecem o potencial da IA para tornar o recrutamento mais eficiente, mas continuam atribuindo às pessoas a responsabilidade pelas decisões que podem definir suas carreiras.

Entre os entrevistados, 44% afirmam ter receio de serem eliminados automaticamente sem uma avaliação justa, 42% demonstram preocupação com a redução do contato humano durante o recrutamento e 37% temem que a tecnologia cometa erros ao avaliar candidatos. Ao mesmo tempo, metade dos trabalhadores (50%) afirma que confiaria mais em um processo seletivo se a decisão final de contratação contasse com participação humana. Outros 41% gostariam que as empresas deixassem claro quais etapas são conduzidas por inteligência artificial e quais permanecem sob responsabilidade dos recrutadores, enquanto 34% dizem querer entender exatamente como a tecnologia é utilizada ao longo do processo.

De acordo com Lucas Rizzardo, diretor de vendas do Indeed no Brasil, os resultados mostram que a discussão sobre inteligência artificial no recrutamento entrou em uma nova fase. "Os dados mostram que eficiência, sozinha, já não basta. À medida que a IA ganha espaço no recrutamento, cresce também a expectativa dos candidatos por processos mais transparentes. Para as empresas, isso significa que a adoção da inteligência artificial precisa vir acompanhada de boas práticas, como deixar claro onde a tecnologia é utilizada, manter os recrutadores envolvidos nas decisões mais sensíveis e comunicar os critérios de avaliação ao longo da seleção. Esse equilíbrio é o que ajuda a construir confiança.", afirma.

O debate deixou de ser sobre adoção

Um dos resultados mais interessantes da pesquisa mostra que a discussão não é sobre ser contra ou a favor da inteligência artificial. Mesmo entre os entrevistados que dizem não apoiar o uso da IA pelas empresas durante processos seletivos, 57% utilizam a tecnologia em pelo menos uma etapa da própria busca por emprego. Apenas 24% acreditam que a inteligência artificial não deveria participar de nenhuma fase do recrutamento.

76% dos entrevistados aceitam algum nível de participação da IA no processo seletivo, principalmente em atividades operacionais. O apoio cai drasticamente, porém, quando a tecnologia passa a tomar decisões: apenas 6% desse grupo apoiam que a inteligência artificial seja responsável pela decisão final de contratação.

"Os resultados indicam que a resistência não está necessariamente na tecnologia, mas na autonomia que ela deve ter durante o recrutamento. Para muitos, a IA é bem-vinda quando serve para aumentar a eficiência do processo, desde que o julgamento humano continue presente nos momentos decisivos", completa Rizzardo.

Futuro do trabalho

As preocupações dos brasileiros com a inteligência artificial vão além do recrutamento. Para os entrevistados, a tecnologia deverá provocar mudanças significativas no mercado de trabalho nos próximos anos.

Entre os principais impactos esperados estão a redução de empregos em algumas áreas (36%), o aumento da dependência da tecnologia nas atividades profissionais (35%) e a necessidade de maior qualificação para acompanhar as transformações trazidas pela IA (30%).

Na avaliação do Indeed, esse cenário mostra que o avanço da inteligência artificial deve ampliar o debate sobre a forma como a tecnologia é incorporada às relações de trabalho. À medida que ferramentas baseadas em IA ganham espaço tanto no recrutamento quanto na rotina profissional, fatores como transparência, comunicação clara e participação humana tendem a se tornar cada vez mais importantes para fortalecer a confiança dos trabalhadores e promover uma adoção equilibrada da tecnologia.

Metodologia

O estudo foi realizado com 1.014 trabalhadores brasileiros. A pesquisa foi conduzida por meio de um questionário online aplicado em 27 de maio de 2026. A amostra foi composta por 52% de mulheres e 48% de homens. Entre os respondentes, 25% tinham entre 18 e 27 anos (Geração Z), 35% entre 28 e 45 anos (Millennials), 27% entre 46 e 61 anos (Geração X) e 13% tinham 62 anos ou mais (Baby Boomers).

Empresas & Negócios

Matéria de capa

Fotos: JEN

HOME SHOW FOCA NO B2B E PROMETE MUITOS NEGÓCIOS

A feira promove reuniões diretas, antes de abrir

Redação

Fomentar negócios B2B foi o propósito da Home Show Brazil este ano. Realizada no Distrito Anhembi, em São Paulo, teve expositores de mais de 20 países, da Ásia e América Latina, em especial, além de Estados Unidos e Canadá. A organização contabilizou 10.412 visitantes em três dias de feira, e o ponto alto foram as 744 reuniões de negócios utilizando a plataforma matchmaking Uninet Smart B2B. Para o próximo ano a organização quer dobrar a área de visitação, para 15 mil m2, e trazer linhas de metais e sanitários.

Da entrada ao final da exposição e corredores laterais a quase totalidade de marcas chinesas imperou na Home Show Brazil 2026, feira internacional de negócios. Toalhas, travessas e elementos decorativos em vime, juta, palha, vidros e tecidos puderam ser vistos nos estandes – bem pequenos, no geral. No corredor central, além dos chineses estiveram turcos, egípcios e representantes dos Emirados Árabes Unidos e Bangladesh, entre outros.

Entre os pit stops que fizemos, na cobertura da feira, visitamos o estande de Bangladesh, com produtos manuais de decoração, os "classical hand made", à base de juta, fibras de coco e outras naturais. Enquanto a Índia tem 447 pessoas por quilômetro quadrado, a vizinha Bangladesh possui 1.100 hab/Km2. Isso talvez explique a abundância de mão-de-obra. Neste estande a tradutora nos disse – confirmada, em inglês, por um dos participantes – que a produção de peças artesanais é de 70.000/dia. Para tanto são escaladas 4.500 pessoas, todas contratadas pelo regime de trabalho local, produzindo para 32 países, entre os quais a maioria do bloco europeu, via distribuição da Zara.

Já a chinesa Emida, que tem sede em Yiwu (próxima à região de Cantão, divisa com Hong Kong e Macau – e por isso mesmo com uma remota possibilidade de se encontrar alguém que fale português), é focada em linhas de cama, mesa e banho. A exemplo da esmagadora maioria, sequer tem representação comercial no Brasil, buscando fazer negócios direto, com brasileiros importando cortinas e toalhas personalizadas, por exemplo.

Algodão egípicio

Fran Solanes

Com vistosos jogos de toalhas de banho e produtos em vidro colorido estava a Chico´s Club na feira. Seu gestor esteve o ano passado visitando o evento e neste resolveu apostar e montou estande pra ver no que dava. Expectativa de negócios? Sim, mas nada projetado em volume, explicou o simpático Fran Solanes, espanhol de Valência que vive há 15 anos no Egito. A conversa fluiu, no idioma de Cervantes. "Eu ajudo importadores a buscar negócios e oportunidades no Egito", resumiu o head da Chico´s Club, afirmando que ao vender para brasileiros, a questão mais sensível é sempre o preço. Por isso ele negocia bem a questão logística, passando pelo Porto de Santos (que, segundo ele, tem tarifas estáveis). E isto promete boas perspectivas, uma vez que a partir de setembro o Egito cobrará imposto zero para importadores, enquanto a China manterá alíquotas para determinados produtos e a Índia cobrará 35%, por exemplo.

Sistema inteligente

O uso do sistema inteligente de matchmaking B2B, comumente utilizado no plano internacional, proporcionou aos participantes conhecer a feira de Utilidades Domésticas antes mesmo dela começar, uma vez que o Uninet Smart B2B cruzou dados de produtos ofertados com as demandas dos potenciais compradores. Assim, o que parecia um evento esquálido, com pouca gente circulando e muitos estandes 3x3 m, foi apenas uma visão parcial do negócio, que integrou feira presencial, plataforma digital e comércio online. Para o ano que vem tem mais, no próprio Anhembi, prometem os promotores de Singapura.